



Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

SOLICITUD
PATENTE DE INVENCION

03-95429

21. EXPEDIENTE Nº

54. TÍTULO Sistemas y Métodos para colocación de
Media en tiempo real

51. CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL ⁶ G06F 17/60

71. SOLICITANTE Galactic Media, S.A.

DOMICILIO República Dominicana

74. APODERADO Dilia Maria Rodriguez D' Aleman

22. BOGOTÁ, D. C. 23 oct. 2003

**FORMULARIO ÚNICO DE REGISTRO DE SOLICITUD DE PATENTE
2000-3**

SOLICITUD DE:	
☒ PATENTE DE INVENCION	☐ PATENTE DE MODELO DE UTILIDAD

2) SOLICITANTE (71)	Nombre: GALACTIC MEDIA, S.A.	IDENTIFICACIÓN C.C. ☐ NIT: ☐ C.E. ☐ OTRO ☐ NÚMERO _____
	Dirección: Avenida Salvador Estrella Sadhalá Nr. 85, ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana Nacionalidad o Domicilio: Santiago de los Caballeros, República Dominicana Lugar de constitución: República Dominicana Teléfono: _____ Fax: _____ E. Mail: _____	

3) REPRESENTANTE O APODERADO	Nombre: DILIA MARÍA RODRIGUEZ D'ALEMAN	IDENTIFICACIÓN C.C. ☒ NIT: ☐ C.E. ☐ OTRO ☐ NÚMERO: 41.654.882 TP: 20824 CSJ
	Dirección: Carrera 11 N°. 93-43 Of. 404 Santafé de Bogotá D.C. Teléfono: 6350835 Fax: 6350824 E. Mail: clarkemodet@clarkemodet.com.co	

4) INVENTOR (ES) (72)	Nombre: José Carlo Elias Espinel	IDENTIFICACIÓN C.C. ☐ NIT: ☐ C.E. ☐ OTRO ☐ NÚMERO _____
	Dirección: Calle Duvergé Nr. 26 ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana Nacionalidad o Domicilio: Santiago de los Caballeros, República Dominicana	

5) Título (54) SISTEMAS Y MÉTODOS PARA COLOCACIÓN DE MEDIA EN TIEMPO REAL

6) Clasificación internacional (51)

7) PRIORIDAD SI ☒ NO ☐	33) País de Origen	(32) Fecha	(31) Número de Solicitud
	ESTADOS UNIDOS	OCT. 28, 2002	10/282,506

8) Para publicar a partir de la fecha de la presente solicitud a los:

6 Meses ☐ 12 Meses ☐ 18 Meses ☒ Otro ☐

**9) Comprobante de pago N° 03-73,746; 03-72,685; 03-72,686
Fecha: Oct. 8, 2003, Octubre 6, 2003, Octubre 6, 2003**

10)ANEX S

☒ Comprobante de pago de la tasa de presentación de la solicitud

☐ Comprobante de pago de la tasa por concepto de excedente de palabras en la publicación

☒ Comprobante de pago por reivindicación de prioridad

☒ Certificado de existencia representación legal cuando el solicitante sea persona jurídica

☒ Poderes, si fuera el caso

☒ Copia certificada de la primera solicitud, si se reivindica prioridad

☒ Traducción simple de la primera solicitud, si se reivindica prioridad

☒ Documento de cesión del inventor al solicitante o a su causante

☒ Descripción de la invención

☒ Una o más reivindicaciones

☐ Dibujos y/o planos

☐ De ser el caso, copia del contrato de acceso

☐ De ser el caso, documento que acredite la licencia o autorización de uso de conocimientos tradicionales de las comunidades indígenas

☐ De ser el caso, certificado de depósito del material biológico

☐ Arte final 12 x 12

11) FIGURA CARACTERÍSTICA:

12)

NOMBRE: DILIA RODRIGUEZ D'ALEMAN

FIRMA

C.C. 41.654.882 de Bogotá TP 20824 CSJ

SISTEMAS Y METODOS PARA COLOCACION DE MEDIA EN TIEMPO REAL

Campo de la Invención

Esta invención se relaciona generalmente a la publicidad y anuncios, y particularmente a sistemas y métodos para colocar anuncios en tiempo real a través de Internet.

Antecedentes de la Invención

A través de los años, la publicidad ha evolucionado desde actividades locales a globales. Esto es evidente hoy día en empresas como Coca Cola y McDonald's, cuyas campañas publicitarias responden cada vez más a criterios homogéneos. Esto se debe primordialmente a factores de (1) costo, ya que tal homogeneidad permite crear un único anuncio con un presupuesto fijo, y (2) consistencia, es decir, el deseo de proveer una imagen consistente de los productos y servicios ofrecidos a todas las culturas y regiones del mundo. Por supuesto, aún con una campaña publicitarias estándares, pequeños cambios se pueden introducir en los anuncios para satisfacer las idiosincrasias de los consumidores en las diferentes localidades.

Pero la incesante globalización de los mercados ha traído consigo una incrementada necesidad de que las agencias publicitarias tengan cuando menos alguna representación mínima en los mercados en donde desea colocar publicidad. Esta necesidad emerge de la necesidad de conocer de cada país o región: (1) los mercados locales; (2) la forma de interactuar con la burocracia local; (3) la manera de lidiar con los desafíos legales; y (4) cómo obtener la mayor eficiencia en los tiempos de colocación de los anuncios.

Por sí sola, la necesidad de que las agencias publicitarias tengan que mantener oficinas remotas abiertas, en cada mercado donde desean colocar publicidad, ha traído consigo un incremento en costos para los procesos de creación, reservación y transportación de la publicidad global. Estos incrementos en costos se deben a: (1) costos adicionales en el mantenimiento de un personal en el extranjero; (2) problemas con retrasos y costos en el envío de los anuncios mismos, muchas veces utilizando medios de transporte poco confiables; (3) la posible asociación con agencias publicitarias extranjeras que conlleva a compartir beneficios; y (4) los costos de mantener, por motivos logísticos, la operación local y extranjera sincronizada, tanto operativa como legalmente.

Estos incrementos en costos se deben parcialmente además a sistemas de ratings que usualmente solo son aplicables a mercados locales, pero faltándoles elementos primordiales como son un método estandarizado para los ratings. Tradicionalmente, la

forma de acceder a ratings locales es haciendo llamadas telefónicas, faxes, emails, o más típicamente contratando a una empresa especializada en ratings para que ejecute la investigación necesaria del mercado para saber los ratings de un programa o canal (sea éste televisión, radio, website, video digital, etc). La empresa contratada usualmente obtiene sus datos haciéndole preguntas a los encargados de administrar los programas y/o canales, compilando tales datos, y después proveyendo los mismos de una manera unificada al contratante. Pero este método tiene varios problemas, como son, por ejemplo: (1) poder mantener los ratings actualizados constantemente; (2) dificulta la creación de una comunidad global en donde los ratings se puedan compartir sin restricciones y en tiempo real; y (3) requiere de un proceso tedioso y consumidor de tiempo para obtener y analizar los datos.

Después de analizar los datos de los ratings, los anunciantes, o sus agentes, tradicionalmente negocian con los vendedores de espacio publicitario en los medios. Aunque hay ventajas de hacer tales negociaciones cara a cara, esta forma de negociación tiene sus propios problemas, como son: (1) no es posible para dos personas estar en el mismo lugar geográfico y a la misma hora; (2) el proceso es inherentemente lento; y (3) los errores humanos son comunes durante las negociaciones y anotaciones de las transacciones. Aunque tales problemas son aliviados por el uso de tecnologías modernas (como teléfonos, faxes, e emails), fallas en el proceso de reservación y colocación de anuncios permanecen. Por ejemplo: (1) intervención humana constante es requerida durante todo el proceso; (2) siguen existiendo varios pasos en el proceso en donde errores humanos pueden ocurrir; y (3) cuando tanto el vendedor como el comprador están en lugares geográficos distantes, usualmente dependen de compatibilidades en las zonas horarias de cada uno para poder hacer negocio. En el caso del teléfono, ambas entidades deben estar al lado de un teléfono a una hora específica acordada. En el caso del fax o email, cada entidad no puede proceder hasta que la otra responda. Todo esto hace que el proceso sea extremadamente lento, ya que para proseguir a cada paso del proceso hay que esperar un tiempo no trivial para que la otra entidad responda, y esto puede ocurrir varias horas, o días después.

Aún en los casos cuyas negociaciones conduzcan a un acuerdo y/o contrato, los anunciantes tienen que enviar los anuncios de alguna forma, en otra transacción por separada. Típicamente, la forma de mandar anuncios a los proveedores de espacio en los medios es utilizando los medios tradicionales de transporte (es decir, aviones, camiones, FEDEC, UPS, etc). Una pequeña fracción de los anunciantes mandan sus anuncios utilizando email o FTP (File Transfer Protocol). Pero debido a que estas transacciones de envío son separadas de las transacciones de negociaciones, email y FTP normalmente (1)

5

,

no clasifican ni catalogan las transferencias de anuncios; (2) no notifican a un tercero de la exitosa transferencia del anuncio; y (3) no verifican ni autentican el anuncio (al menos no sin caro y complejo software a la medida).

Esta inhabilidad de clasificar y catalogar la información enviada o recibida significa, por ejemplo, que cuando un anuncio llega el sistema no tiene forma de saber que llegó, o saber la duración del anuncio, el canal en donde se supone salga al aire, qué día y a qué hora mostrar el anuncio, etc. Estas debilidades hacen necesaria la intervención humana para poder determinar tal información.

La inhabilidad de notificar a un tercero que una transferencia exitosa ocurrió significa, por ejemplo, que cuando el anuncio llegue, nadie va a saber que un anuncio llegó, al menos que un humano decida "dar una mirada" a su cuenta de email o al programa de FTP, o al menos que un programa especializado para tal caso en específico sea desarrollado (y tales programas incrementan la complejidad del proceso y por tanto incrementan la posibilidad de errores en el flujo del proceso de colocación de los anuncios). Sin esta capacidad de poder saber que los anuncios llegaron, un sistema que por ejemplo saque los anuncios automáticamente al aire no va a poder cumplir su función totalmente automatizada sin intervención humana.

Por otro lado, la inhabilidad (sin software desarrollado a la medida para cada caso) de verificar y autenticar los datos siendo transferidos significa que no existe una forma estandarizada para autenticar y verificar los documentos enviados y recibidos. Autenticación significa saber quién mandó los datos, mientras que verificación significa saber que los datos no fueron modificados en tránsito.

Lo que ha estado faltando son sistemas y métodos que permitan a los anunciantes y los proveedores de espacio publicitario romper las barreras geográficas, acortar los tiempos de confirmaciones a tiempo real, parar la dependencia en zonas horarias locales, y minimizar errores humanos. La invención resuelve todos estos problemas logísticos y de ingeniería, de una manera simple, eficiente, barata, y más importante, en tiempo real. La presente invención facilita la reservación, transportación, y colocación de publicidad directamente, en tiempo real, desde cualquier lugar a cualquier otro lugar en el mundo, sin necesidad de tener conocimientos extensos de los mercados a explotar, y sin necesidad de mantener oficinas llenas de personal en tales mercados.

De acuerdo a la presente invención, un anunciante por ejemplo puede colocar un anuncio en una estación de TV por cable en un país extranjero, con la misma velocidad y eficiencia

de colocar el mismo anuncio en una estación de cable local. Similarmente, una empresa de Cable de TV que antes tenía que gastar recursos valiables para poder obtener aunque fuera un solo cliente en el extranjero ahora tiene acceso directo a una clientela de todos los anunciantes de todo el planeta que posean una conexión a internet, y puede vender espacio publicitario y recibir anuncios de tales clientes con la misma simplicidad y rapidez que lo haría con un anunciante local. Así que la presente invención no solo provee la ventaja de facilitar el proceso de comprar, vender, transportar y sacar al aire los comerciales sin barreras geográficas y burocráticas, sino que además ventajosamente crea un sistema estandarizado que dramáticamente mejora la eficiencia del campo de la publicidad en sí, tanto local como remota.

Resumen de la Invención

La presente invención facilita la interacción entre productores y consumidores de publicidad locales y remotos, así como de la interacción de agentes de software que funcionan en representación de tales productores y consumidores, y lo hace de manera centralizada en un lugar virtual en el Internet e interactuando con usuarios remotos y programas automatizados a cargo de transportar y sacar la publicidad al aire.

no es
pred. o
cur
proadit

Un sistema y método según la presente invención incluye proveer a un usuario conectado mediante una interfaz de Internet de información sobre una pluralidad de canales distribuidos. El usuario tiene acceso a través de la interfaz de Internet a ratings globales de programas y canales, a listas de espacios publicitarios organizados por canal, fecha, hora, tipo de canal, etc, a transportar media (ej.; el anuncio) automáticamente hasta cualquiera de la pluralidad de canales seleccionados para que éste salga al aire automáticamente en una fecha y posible hora determinada, y (en el caso de los medios) recibir tales publicidades.

El sistema incluye una base de datos de canales de distribución de media para almacenar información sobre los espacios de media, incluyendo los espacios publicitarios libres y tomados, y también incluye una interfaz de usuario a través del cual el usuario tiene acceso a información sobre los espacios publicitarios. A través de la interfaz del usuario, el usuario selecciona los espacios publicitarios libres en los canales de distribución de media. Un subsistema de reservación de media automáticamente procesa y reserva el espacio seleccionado, y un subsistema de transportación automáticamente transfiere la media (ej.: el anuncio) desde el usuario hasta el canal de distribución de media (ej.: un canal de TV), para que la media sea colocada al aire.

En una encarnación la invención incluye un método de reservar espacio de media (ej.: espacio publicitario) consistiendo en: a) proveer información de canales de distribución para una pluralidad de canales a un usuario a través de redes de computadoras; b) seleccionar espacio de media en cuando menos uno de la pluralidad de canales de distribución basado en los datos obtenidos por el usuario en la red de computadoras; c) reservar el espacio de media seleccionado para la colocación de media (ej.: un anuncio); d) recibir media de un usuario a través de la red de computadoras; e) y enviar la media a un distribuidor para la colocación en el espacio de media seleccionado.

En otra encarnación, la invención incluye un sistema de procesamiento de datos para la reservación de espacio de media (ej.: espacio publicitario) consistiendo en: a) una base de datos incluyendo información de canales de distribución para una pluralidad de canales de distribución; b) un proceso acoplado a la base de datos y programado para recibir instrucciones para proveer información sobre canales de distribución a un usuario y permitirle reservar un espacio de media en cuando menos uno de la pluralidad de canales de distribución, reservar el espacio de media, y recibir instrucciones para recibir media del usuario y mandar la media a un distribuidor para la colocación en el espacio de media seleccionado.

En otra encarnación más, la invención incluye, en un sistema acoplado al Internet, un sistema de reservación de media para permitir la reservación de espacio de media en un canal de distribución, consistiendo en: a) una base de datos de canales de distribución de media almacenando información de espacio de media; b) una interfaz de usuario a través de la cual el usuario tiene acceso a información de espacio de media y a través de la cual el usuario selecciona un espacio de media reservable (es decir, disponible) en el canal de distribución de media; c) un subsistema de reservación de media que automáticamente reserva el espacio reservable para el usuario; d) y un subsistema de transportación de media que toma la media del usuario y la envía al distribuidor de media para colocarse en el canal de distribución asociado (ej.: un canal de TV o radio) al espacio reservado.

Breve Descripción de los Diagramas

- Diagramas 1A y 1B ilustran el sistema y el flujo de datos según la invención.
- Diagrama 2 es un diagrama de flujo de un programa y la reservación de un anuncio según la invención.
- Diagrama 3A ilustra una representación en forma de árbol representando una base de datos geográfica según la invención.
- Diagrama 3B ilustra lo que sería un camino posible a través de la base de datos geográfica en forma de árbol.

?

sistema global de reservación de anuncios según el invento elimina barreras geográficas a tal nivel que media se puede colocar en canales de distribución en cualquier lugar del mundo con la misma velocidad y eficiencia que colocarlo localmente. De esta manera el sistema junta a los productores y consumidores globales de publicidad en un lugar virtual centralizado en el Internet. Usuarios preferiblemente tienen acceso a ratings y otros tipos de informaciones valiosas para poder tomar decisiones sobre en cuáles medios de distribución colocar la publicidad económicamente o más efectivamente. Un sistema global de reservación de anuncios según el invento también establece un sistema estandarizado que dramáticamente mejora la eficiencia del campo de la publicidad mismo, tanto local como global.

Utilizando un sistema global de reservación de anuncios según el invento, los productores y propietarios de estaciones, canales y programas pueden publicar en tiempo real los espacios de media disponibles, incluyendo espacios para publicidad y programación. Estos espacios pueden entonces ser reservados por anunciantes con la simple acción de un clic de ratón. El usuario miembro, reservando el espacio, le deja saber al sistema qué tipo de media colocar en el espacio reservado. Esto dispara una acción permitiéndole al sistema transportar la media específica (ej.: el anuncio) desde las facilidades del usuario hasta las facilidades del medio difusor donde la media saldrá al aire. El sistema también tiene la posibilidad de distribuir la media internamente a la red del medio (por ejemplo, para integrarse con un sistema de inserción automática de comerciales en la señal de TV o radio). Para propósitos ilustrativos, al usuario que reserva el espacio lo vamos siempre a denominar el anunciante, aunque este anunciante no solo podría reservar espacio para anuncios, sino que además para colocar además programación.

El Diagrama 1A ilustra un resumen de una encarnación del presente invento específicamente creado para el campo de la publicidad. El Diagrama 1A muestra un sistema global de reservación de anuncios 100, anunciantes 101, canales de distribución 102, y el Internet 106. Cada anunciante 101 está acoplado al Internet vía una conexión 103-1 a 103-N. Cada canal de distribución 102 está acoplado al Internet vía una conexión 104-1 a 104-N. El sistema global de reservación de anuncios 100 está acoplado al Internet 106 vía la conexión 105. De esta manera, los anunciantes 101 y los canales de distribución 102 se pueden comunicar con el sistema global de reservación de anuncios 100. Cada canal de distribución 102 es para un medio de difusión (como televisión, radio, o el Internet, etc), impreso (como revista, periódico, medio de correo directo, medio de anuncios en exteriores, medio de anuncios de tránsito, etc), o cualquier otro medio (incluyendo, pero no limitado a: Cine digital, TV por cable, TV por satélite, radio por satélite, TV por Internet, radio por Internet, etc).

El Diagrama 1B ilustra un anunciante 101-1 y un canal de distribución 102-1 en más detalle.

El Diagrama 1B muestra una computadora de un anunciante 108, un "media mover client" (o cliente movedor de media) 110, una computadora del canal de distribución 112, un "media mover server" (o servidor movedor de media) 114, un opcional sistema digital de inserción automática de anuncios 116, y un "servlet" del sistema global de reservación de anuncios 118. El anunciante 101-1 es una entidad (como una persona, empresa, o agente de software) que tiene comerciales/anuncios para colocarse en uno o más canales de distribución.

El opcional sistema digital de inserción automática de anuncios 116 preferiblemente sigue un juego de protocolos definidos por el sistema, que lo proveen al sistema digital de inserción automática de anuncios 116 con toda la información requerida para sacar al aire de forma automatizada uno o más anuncios. Ejemplos de esta información son el nombre del anuncio, localización del archivo que representa al anuncio localmente, el tipo de anuncio, su duración, el programa y canal donde debe mostrarse, y la fecha y hora de mostrarse. El mismo protocolo preferiblemente también especifica una manera para que el sistema digital de inserción automática de anuncios 116 notifique al Media Mover Server 114 de la cancelación o transmisión exitosa del anuncio, de modo que el Media Mover Server 114 le pueda informar este evento al sistema global de reservación de anuncios 100.

La computadora del anunciante 108 puede estar situada en las facilidades del anunciante, en el campo de trabajo, o en cualquier otro lugar que tenga acceso a una conexión a Internet. Un usuario en la computadora del anunciante 108 puede comunicarse con el Media Mover Client 110, preferiblemente por vía de un Navegador de Internet o programa especializado, sobre un canal de comunicación preferiblemente cifrado. El Media Mover Client 110 es preferiblemente una computadora con un programa que reside en las facilidades del anunciante (ejemplo, como en una agencia publicitaria). En una encarnación alternativa, el Media Mover Client 110 es un programa almacenado en la computadora del anunciante 108.

El propósito primario del Media Mover Client 110 es transferir anuncios a los Media Mover Servers, como al Media Mover Server 114. Estos anuncios pueden contener video, audio, texto, habla, animaciones, objetos ejecutables, datos, o combinación de ellos). El contenido de los anuncios típicamente varía dependiente del medio a donde se dirijan. Adicionalmente, el Media Mover Client 110 preferiblemente no está limitado a enviar anuncios al Media Mover Server 114, sino que además puede mandar la programación actual de los canales en donde se colocan los anuncios.

- 10
- Diagrama 3C ilustra una barra geográfica de navegación según la invención.
 - Diagrama 3D ilustra formatos de entradas en la base de datos geográfica según la invención.
 - Diagrama 4 es un diagrama de flujo de la transferencia de anuncios según la invención.
 - Diagrama 5 ilustra los elementos principales de la interfaz de usuario según la invención.
 - Diagrama 6 ilustra una subdivisión en contexto de la interfaz de usuario según la invención.

Descripción Detallada de la Invención

En una encarnación preferida, la invención puede implementarse como un sistema principal – un sistema de reservación de anuncios globales – y tres subsistemas: a) un sistema global de ratingal; b) un sistema de transferencia de anuncios; c) y un sistema de reservación de anuncios con un-sólo clic. Un sistema totalmente nuevo desarrollado según la invención es ADINTEGRATOR (una marca registrada de Galactic Media, Inc.).

Un sistema de reservación global de anuncios según el presente invento permite a los consumidores de espacio de media (como los anunciantes) y a los vendedores de espacio de media (como son los canales de distribución de media) comprar y vender espacio de media en una escala global. Preferiblemente cada usuario del sistema de reservación global de anuncios es un miembro de la comunidad del sistema (es decir, la comunidad de ADINTEGRATOR). Hacerse miembro de tal comunidad preferiblemente conlleva a entrar en un contrato con el proveedor del sistema. El contrato preferiblemente requiere que los miembros prometan seguir las reglas y estándares impuestas por el proveedor del servicio. Ejemplos de términos en el contrato serían que el miembro esté de acuerdo a: (1) pagar por usar el sistema; (2) pagar por colocar publicidad con el sistema; (3) aceptar penalidades por el uso inapropiado del sistema; (4) proveer información confiable y correcta al sistema; y (5) evitar proveer falsa información crítica al sistema como son los ratings y la popularidad de los canales y programas.

El usuario puede ser un productor, un consumidor, o ambos, de publicidad, o puede ser un agente de alguna otra entidad con algún interés en distribución de media. Cuando el usuario se convierte en miembro, puede utilizar el sistema global de reservación de anuncios para navegar en las estaciones, canales, y programación de tales canales en búsqueda de espacios de media no reservados. El acceso es transparente y simple, sin importar que el espacio de media sea para un canal de distribución local o global. Un

222
11

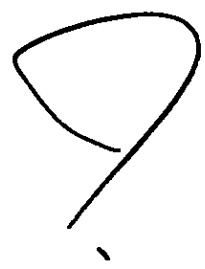


La computadora del canal de distribución 112 puede estar situada en las facilidades del canal de distribución o en cualquier otro lugar donde exista una conexión a Internet. El usuario de la computadora del canal de distribución 112 puede comunicarse con el sistema global de reservación de anuncios 100 o con el Media Mover Server 114, preferiblemente por vía de un Navegador de Internet o programa especializado, sobre un canal de comunicación preferiblemente cifrado. El Media Mover Server 114 es preferiblemente una computadora con un programa que reside en los lugares en donde los anuncios saldrán al aire (ejemplo, un canal de TV). En una encarnación alternativa, el Media Mover Server 114 es un programa almacenado en la computadora del canal de distribución 112, o en la computadora del sistema digital de inserción automática de anuncios 116.

El propósito primario del Media Mover Server 114 es recibir anuncios de los Media Mover Clients, como al Media Mover Client 110. El Media Mover Server 114 está opcionalmente configurado para comunicarse con el sistema digital de inserción automática de anuncios 116, que permite la difusión automatizada de los anuncios.

El Servlet del sistema global de reservación de anuncios 118 está típicamente situado en el sistema global de reservación de anuncios 100 y sirve como intermediario entre un Media Mover Client 110 y un Media Mover Server 114. El Servlet del sistema global de reservación de anuncios 118 también se comunica con la computadora del anunciante 108 y con la computadora del canal de distribución 112, así como con sistema periféricos (no mostrados) que sirven, transportan, y distribuyen media. El Servlet del sistema global de reservación de anuncios 118 preferiblemente genera páginas Web dinámicas para proveer una interfaz gráfica a los usuarios, y también maneja a los usuarios en una manera escalable, segura, eficiente, consistente y confiable.

Los parámetros de funcionamiento para los Media Mover Clients y Media Mover Servers son preferiblemente dispuestos por un "Web Service" (Servicio Web). El Web Service es software que puede estar situado en el Servlet del sistema global de reservación de anuncios 118 u otro lugar. El Web Service permite a programas de software locales o remotos acceder a funcionalidades del sistema global de reservación de anuncios 100 con poca o sin ninguna intervención humana. Web Services típicamente están compuestos por las siguientes tecnologías estándares: XML (eXtensible Markup Language), SOAP (Simple Object Access Protocol), HTTP (HyperText Transfer Protocol), y WSDL (Web Services Description Language). Los parámetros de funcionamiento incluyen, entre otros, nombres de usuarios y claves, las cuales son utilizadas para acceder al sistema global de reservación

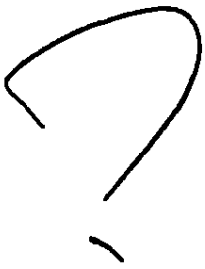


de anuncios 100 automáticamente, y son utilizadas como una "Llave Secreta" que facilita la transferencia de datos cifrados.

El Diagrama 2 muestra el método preferido de hacer disponible y reservar espacio de media para un canal. Como se muestra en el Diagrama 2, el distribuidor inicialmente crea (202) un canal. El canal preferiblemente representa un canal de distribución para un medio en particular (TV, radio, Internet, etc). Opcionalmente, el distribuidor asigna (204) una estación a la cual el canal está asociado (es decir, una estación de TV por cable, o un grupo de emisoras de radio). Entonces el distribuidor establece (206) asociaciones con los canales/estaciones (es decir, asignar una localización geográfica con la cual el canal está asociado).

Después que se ha creado un canal y sus asociaciones establecidas, un proveedor de programas puede buscar y seleccionar (208) por espacio disponible para programas en el canal. El proveedor de programa puede preferiblemente identificar un espacio disponible para programas por (por ejemplo) una localización geográfica deseada que está asociada con el canal que provee el espacio para programas. El proveedor de programas reserva (210) el espacio de programa deseado y transfiere (212) el programa para ser difundido o publicado. El proveedor de programas también asigna (214) espacios publicitarios en lugares seleccionados dentro de los programas insertados (ejemplo: insertar cinco espacios publicitarios de tres minutos dentro de un programa de noticias de una hora de duración). En una encarnación alternativa, los espacios publicitarios pueden ser preasignados (es decir, asignados antes de transferir el programa al canal). En tal caso, el proveedor del programa provee contenido adicional para espacio de programas, si (216) el espacio de media para múltiples programas va a ser reservado previamente a hacer los espacios publicitarios disponibles a los anunciantes. En otra encarnación alternativa, el paso 216 puede ser ignorado, teniendo como consecuencia que los espacios publicitarios van a estar disponible a los anunciantes tan pronto los espacios publicitarios sean asignados.

Después que el proveedor del programa asigna espacios publicitarios a uno o más programas, un anunciante preferiblemente envía (218) una notificación al sistema global de reservación de anuncios informándole que un anuncio está disponible, incluyendo el nombre, la versión, y la duración del anuncio (entre otros posibles datos). El anunciante puede buscar por (220) y seleccionar (222) espacios publicitarios. El sistema permite a los anunciantes hacer búsquedas por canal/estación, nombres de programas, por región geográfica asociada a un canal/estación, o por varios otros criterios de búsqueda. En el momento que espacios publicitarios disponibles son identificados, el anunciante reserva (224) el espacio publicitario (es decir, virtualmente inserta un anuncio en tal espacio). En



este momento, la reservación de anuncios es automática y transaccionalmente correcta (es decir, honrando los límites de costo y tiempo impuestos por los espacios publicitarios disponibles, evitando conflictos de tiempos, apropiadamente facturando los costos de uso del sistema a las entidades correspondientes, etc). Entonces, el anunciante transfiere (226) el anuncio (es decir, el anuncio viaja por Internet desde el anunciante hasta el medio de difusión). Preferiblemente los anuncios son enviados sin ningún degrado de su calidad original antes de ser enviados. Si (228) el anunciante tiene anuncios adicionales o desea reservar múltiples espacios publicitarios para el mismo anuncio, el anunciante entonces puede seleccionar espacios publicitarios adicionales. De otra manera la transacción termina para el anunciante (el cual puede, por supuesto, iniciar otra transacción en otro momento).

El Diagrama 2 muestra el procedimiento para que un primer anunciante coloque un anuncio en un programa del primer proveedor de programas que coloque programación en un canal acabado de ser creado. Para subsiguientes proveedores de programas, el proceso esencialmente empieza en el paso 210. Para subsiguientes anunciantes, el proceso esencialmente empieza en el paso 220.

Las entidades que publican sus espacios publicitarios o espacios de programación son usualmente las entidades responsables de administrar los canales, los programas de TV o radio, los medios impresos, los websites, etc, y quienes desean poner espacio de media disponibles para vender. Un ejecutivo de medios normalmente haría lo siguiente: (1) crear y hacer disponible los programas y/o canales/estaciones bajo su control; (2) asociar estos programas a canales, y tales canales a posibles estaciones; (3) asociar estos canales y/o estaciones a una o más regiones geográficas; y (4) asignar espacios publicitarios a estos programas y/o canales los cuales están ahora disponibles por Internet inmediatamente y en tiempo real. Así que es posible que una sola entidad sea tanto el distribuidor de medios como el proveedor de programas.

Aunque el sistema preferiblemente provee una manera para que los administradores de programas especifiquen los tipos de media soportados (ejemplos: MPEG, MPEG2, MPEG4, Quiktime, Sorenson CODEC, mp3, etc), el sistema también preferiblemente provee la facilidad a los administradores de programas de especificar un URL (es decir, un enlace a una dirección en Internet) que permite a los anunciantes descargar localmente un archivo de media de ejemplo (es decir, de pruebas), el cual ellos pueden utilizar para ejecutar pruebas localmente y asegurarse de que los anuncios que generan son compatibles con los mecanismos de difusión de los equipos remotos de los medios.

24

Para facilitar la interacción entre los administradores de estaciones, canales, programas, y anuncios, pequeños iconos con la forma de un sobre de correo se colocarán preferiblemente en todos los entornos de la interfaz del usuario en donde se despliegue información de estaciones, canales, programas, y anuncios. Haciendo un clic con el ratón sobre este sobre de correo hace que el usuario sea transportado a un sistema de mensajería interno, en donde el usuario puede crear y enviar un mensaje a los administradores de la estación, canal, programa, o anuncio que en ese momento estaba consultado, y todo esto sin el usuario tener que saber de antemano la dirección de correo electrónico del administrador, o su ID de usuario en el sistema.

Los usuarios preferiblemente tienen acceso al sistema a través de una interfaz de usuario gráfica (o GUI, por sus siglas en inglés). Un ejemplo de un GUI se ilustra en el Diagrama 5. El GUI 500 incluye una sección para menús 502, y una sección de contexto 540. La sección de menú 502 tiene cuatro menús: un menú global 504, un menú para anunciantes 506, un menú para los administradores de medios 508, y un menú de administración 510. La sección de contexto 540 incluye un navegador de menú jerárquico y una sección para la muestra de información 544 en donde se muestra información dependiente de la opción de los menús activa o seleccionada en tal momento. El menú global 504 incluye tres botones: Mi página de inicio 512, mis mensajes 514, y la guía mundial de canales 516. El menú de anunciantes 506 incluye dos botones: mis anuncios 518, y mis clientes 520. El menú de los administradores de medios 510 tiene tres botones: Mis estaciones 522, mis canales 524, y mis programas 526. El menú de administración 510 incluye seis botones: contabilidad 528, estadísticas 530, mis usuarios 532, mis Media Movers 534, mis preferencias 536, y "soporte técnico y recursos" 538.

Los detalles financieros son preferiblemente manejados íntegramente por el sistema. Presionando el botón de contabilidad 528 provee acceso a información relacionada con pagos, penalidades por cancelaciones de espacios publicitarios, comisiones, cargos, y descuentos.

Datos estadísticos, incluyendo ratings, son preferiblemente accesibles al presionar el botón de estadísticas 530. Las estadísticas son particularmente valiosas a los consumidores de espacios publicitarios que están interesados en identificar mercados para media, como serían los anuncios. Para este propósito, estadísticas disponibles podrían incluir las relacionadas a las localizaciones geográficas de un canal, los costos de utilizar un canal, el contenido del canal (como sería un canal de noticias o un canal de películas), contenido de la programación de los canales, o la popularidad de los medios, canales, y/o programas. Todas estas estadísticas, están preferiblemente disponibles en tiempo real.

Los *ratings* están preferiblemente organizados por región geográfica, segmento del mercado, estación, canal, y combinaciones de programas-canales. Los *ratings* son publicados tanto en un estándar local como uno global definido por el sistema, de tal manera que si un usuario no entiende el sistema de *ratings* local del mercado remoto, que tal usuario sí pueda entender el sistema de *ratings* global del sistema, y de tal manera tener una buena idea de la equivalencia del sistema de *rating* foráneo al suyo.

Los publicadores de sus *ratings* usualmente también son responsables de administrar canales, programas de TV/Radio, medios impresos, websites, etc, y son entidades que desean que el mundo sepa que tan populares son sus canales de distribución; obviamente también existen otras razones para publicar los *ratings*. Típicamente, un ejecutivo de medios publicaría los *ratings* de un programa al hacer el programa disponible como parte de un canal, el cual a su vez está asociado a una o más regiones geográficas, y obviamente al haberle asignado *ratings* al programa original. Los *ratings* pueden ser acumulados en una manera que sea estándar en la industria. Alternativamente, los *ratings* pueden ser proveídos por un tercero, el cual se especializa en proveer *ratings* de una manera imparcial y objetiva.

Un ejemplo del contenido de la sección de contexto 540 está ilustrado en el Diagrama 6 como sección de contexto 600. La sección de contexto incluye el menú jerárquico de navegación 602 con el indicador "World / Dominican Republic / Santo Domingo / Super Cable / World Channel News". Esto indica que el canal actual es el World Channel News de la estación de cable Super Cable en la ciudad de Santo Domingo. También ilustrado es una barra horizontal de calendario 604, la cual contiene alineado horizontalmente tres vistas de calendarios (para el mes actual y los próximos dos meses), y dos botones que cuando son presionados llevan al usuario a calendarios de meses anteriores al mes actual o a calendarios posteriores a los tres meses que se ven actualmente. Si un día es seleccionado en uno de los calendarios, la sección de programación del canal 606 contiene información sobre los programas 1-N mostrados en las secciones de bloques de programas 608-1 hasta el 608-N. Uno de los programas, por ejemplo el programa 1, puede contener información expandida, como se ilustra en el bloque de programa 608-1. La información expandida preferiblemente incluye una sección de descripción del programa 610 y una sección de contenido del programa 612. La sección de contenido del programa 612 está compuesta de espacios de media 1-N mostrados en los bloques de espacio de media 614-1 hasta el 614-N. Los bloques de espacio de media pueden representar bloques publicitarios que están siendo usados o que todavía están disponibles (aunque para proteger la confidencialidad de los anunciantes, ningún detalle de los anuncios colocados les he mostrado a otros

anunciantes que estén buscando espacios publicitarios en este canal). Los bloques de espacio de media también pueden representar espacios de media sin uso.

El Diagrama 3A ilustra un ejemplo de relaciones entre localizaciones geográficas que son usadas, por ejemplo, cuando se establecen asociaciones (Diagrama 2, 206) de modo que se pueda facilitar la búsqueda (Diagrama 2, 220) de espacios publicitarios por localización geográfica. Como se muestra en el Diagrama 3^a, las relaciones se pueden ilustrar como un árbol 300 donde el mundo ("The World" en inglés) está en el nodo raíz 302. En este ejemplo, los hijos del nodo 302 son regiones, países, estaciones, y canales. Las regiones tienen nodos hijos que pueden ser del tipo regiones, países, estaciones, o canales. Países tienen nodos hijos que pueden ser regiones, estados, ciudades, estaciones, o canales. Estados tienen nodos hijos que pueden ser del tipo de regiones, ciudades, estaciones, o canales. Ciudades tienen nodos hijos que pueden ser del tipo de regiones, estaciones, o canales. Estaciones tienen nodos hijos que son del tipo de canales. Canales son típicamente los extremos u hojas del árbol 300. Por ejemplo, cuando un usuario accede al nodo hoja 304, se puede decir que el usuario ha llegado al canal específico en donde se tiene la opción de, por ejemplo, reservar espacio publicitario en ese canal. Por supuesto, después que llegamos a un canal se puede decir que tal canal también puede ser subdividido por días, espacios de programación, espacios publicitarios, etc.

El Diagrama 3B muestra un indicador del sistema jerárquico de navegación geográfica que está basado en el árbol 300. Como se hace aparente en el diagrama 3B, cada nodo del árbol ilustrado en el Diagrama 3A tiene un único indicador. Por ejemplo, un usuario empieza (306) en el nodo raíz del árbol, representado por el indicador "World" (o "El Mundo" en español). Si el usuario selecciona (308) la región North America (América del Norte), el indicador ahora contiene "World / North America". Si el usuario entonces selecciona sucesivamente (310, 312, 314, 316, 318) el país United States (Estados Unidos), el estado de California, la ciudad de Los Angeles, la estación Cablevision, y el canal CNN, el indicador contendría, a cada nivel de la selección cambiaría como lo indica la siguiente secuencia:

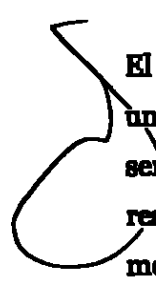
- "World / North America"
- "World / North America / United States"
- "World / North America / United States / California"
- "World / North America / United States / California / Los Angeles"
- "World / North America / United States / California / Los Angeles / Cablevision"
- "World / North America / United States / California / Los Angeles / Cablevision / CNN"



Preferiblemente el usuario también puede retroceder en sus decisiones mientras navega el árbol de nodos, así que por ejemplo el usuario puede hacer clic en "United States", lo que transformaría el indicador en "World / North America / United States" una vez más, y después el usuario podría tomar otro camino, como sería seleccionar los nodos 322, 324, y 326 en secuencia jerárquica, para llegar a otro canal alternativo.

El Diagrama 3C muestra ejemplos de contenido del sistema jerárquico de navegación geográfica. La Barra de Navegación Geográfica 330 típicamente contiene el nombre y la descripción de una canal o localización en la jerarquía geográfica, empezando con el nodo raíz. Debe notarse que no todos los nodos tienen una descripción asociada a ellos. En una encarnación, por ejemplo, el nodo raíz no tiene una descripción asociada, ya que se sobreentiende que "The World" (El Mundo) se refiere a todo el planeta Tierra. Durante la navegación del árbol, los nombres y descripción van a ser generalmente presentados y actualizados en la Barra de Navegación Geográfica 330. Los nombres y descripciones están almacenados en una pluralidad de bases de datos, como bases de datos para regiones 334, países 336, estados 338, ciudades 340, estaciones 342, y canales 344 como se representan en el Diagrama 3D. En una encarnación alternativa, las bases de datos pueden ser combinadas en una sola base de datos en donde los nodos tienen un campo que especifica que tipo de nodo son (región, país, canal, etc). Notemos que las bases de datos que pueden representar los elementos mostrados en el Diagrama 3D se muestran en forma simplificada, ya que en la practica las bases de datos van a contener otro tipo de información, como sería el número de subscriptores a una estación de cable, el propietario de un canal de TV, los estándares de transmisión utilizados por los canales de Radio, etc. También notemos que el Diagrama 3D tiene una correspondencia directa con la información que el usuario percibe mientras navega el árbol utilizando la Barra de Navegación Geográfica 330.

El Diagrama 4 muestra el ejemplo de una encarnación del proceso de enviar un anuncio de un media mover client, como el media mover client 110 (Diagrama 1B) a un media mover server, como el media mover server 114 (Diagrama 1B) a través de un Servlet del sistema de reservación, como el servlet del sistema de reservación 118. En esta encarnación, el media mover server 114 envía (120) su dirección de Internet IP al servlet del sistema de reservación 118. Cuando el servlet del sistema de reservación 118 recibe (121) la dirección IP, almacena (122) tal información como información de transferencia para anuncios. En una encarnación preferida, el media mover server 114 tiene una dirección IP dinámica que envía (120) cada vez que se conecta al Internet con una dirección de IP nueva. En una encarnación alternativa, el media mover server 114 tiene una dirección IP estática (es decir,



fija), la cual entonces no tiene que enviar (120) cada vez que se conecte a Internet. Pero direcciones dinámicas son preferidas porque reducen los costos de conexión (ya que no se necesitan líneas dedicadas con direcciones IP dedicadas), y permite que los nodos en Internet se muevan libremente a diferentes localizaciones geográficas mientras continúan intercambiando información con otros nodos.

Cuando un anunciante tiene un anuncio disponible, el anunciante da instrucciones al media mover client 110 para que envíe (123) un pedido de transferencia de anuncio hacia el media mover server 114 destinatario. El servlet del sistema de reservación 118, el cual sirve como intermediario entre los media mover clients y los media mover servers, recibe (124) el pedido de transferencia de anuncio y responde (125) enviando información de transferencia de anuncios. La información incluye la dirección IP actual que le suministró el media mover server 114, una lista de anuncios que esperan ser transmitidos por el media mover client 110, y una llave digital secreta para cada anuncio. La llave secreta es una cadena de caracteres pseudo-aleatoria que es utilizada para cifrar un mensaje; es esencialmente un toquen de un solo uso que se asocia a una transferencia única de un solo anuncio en específico desde un media mover client 110 en específico a un media mover server 114 en específico. La comunicación entre el servlet del sistema de reservación 118 y el media mover client 110 es preferiblemente hecha por páginas web dinámicas, por una herramienta automatizada, por una herramienta de un tercero, por un Servicio Web, o por algún otro método (como sería dicción de voz). Cuando el media mover client 110 recibe (126) la información de transferencia, trata de iniciar (127) una conexión con el media mover server 114. Si la dirección IP recibida con la información de transferencia del anuncio no está actualizada (es decir, el media mover server 114 ya no se encuentra en esa dirección IP), entonces el media mover client 110 probablemente va a fallar en poder iniciar una conexión. En tal caso, el media mover client 110 puede pedir explícitamente al servlet del sistema de reservación 118 una vez más la dirección IP actual del media mover server 114 destinatario, la cual para entonces ya debe estar actualizada en la base de datos.

Desde que la dirección IP está actualizada, el media mover server 114 acepta (128) un pedido de conexión válido. El media mover server 114 entonces pide (129) que el anuncio sea transferido. En respuesta a este pedido, el media mover client 110 cifra (130) y envía (131) el archivo que representa el anuncio y datos sobre tal anuncio (nombre, duración, etc). El media mover client 110 preferiblemente también envía como parte de la transferencia una *message digest* del anuncio. El tiempo de envío del *message digest* puede diferir en referencia al envío del mensaje en diferentes encarnaciones del sistema, pero podría enviarse en cualquier momento antes o después de haberse iniciado la conexión de transferencia del anuncio. El *message digest* es un valor numérico derivado

9

matemáticamente de un cálculo sobre el contenido del anuncio, cuyo resultado es un valor numérico de tamaño fijo (fijo en el sentido de que siempre contiene, por ejemplo, 16 números o bytes, pero obviamente cada número o byte puede ser diferente a los demás). Este *message digest* es preferiblemente único a cada archivo que se procese, en cuyo caso el archivo que estamos procesando es el anuncio a enviar. En el evento de que el anuncio sea alterado en tránsito, preferiblemente el valor numérico obtenido por el media mover client 110 antes de enviar el anuncio, y el valor numérico obtenido por el media mover server 114 después de recibir el anuncio, van a ser diferentes. Así que la técnica de calcular un *message digest* nos permite saber si el anuncio fue alterado en tránsito, accidentalmente o no.

El media mover server 114 recibe (132) el archivo que representa al anuncio. En una encarnación, el cifrado/descifrado conlleva que el media mover client 110 y el media mover server 114 trabajen juntos para asegurarse que se están comunicando sobre un canal de comunicaciones seguro utilizando la llave secreta recibida del servlet del sistema de reservación 118. Para lograr esto, el media mover client 110 cifra el canal de comunicaciones entre sí mismo y el media mover server 114 utilizando la llave secreta. En este momento el media mover server 114 le pregunta (133) al servlet del sistema de reservación 118 cual es la llave secreta para la actual transferencia de anuncio, de modo que pueda descifrar los datos que le manda el media mover client 110. En este momento el servlet del sistema de reservación 118 envía (134) la llave secreta para la apropiada transferencia del anuncio. El media mover server 114 entonces descifra (135) el archivo que representa al anuncio con la llave secreta. Debemos notar que los pasos 132 y 133 pueden ocurrir antes, durante, o hasta después de que el media mover server 114 haya recibido el anuncio, pero en una encarnación preferida ocurre durante el envío del anuncio. También debemos notar que el proceso actual de la transferencia del anuncio puede ser independiente de los protocolos de seguridad utilizados; así que protocolos establecidos como el Secure Sockets Layer (SSL), el Transport Layer Security (TLS), u otro protocolo pueden ser implementados o reemplazados en el futuro.

Preferiblemente, el sistema es capaz de transferir los anuncios de un lugar a otro aún en el evento de errores de conectividad de red u otros errores. Si la dirección IP del media mover server 114 cambia mientras el anuncio está siendo transferido, el media mover server 114 preferiblemente le informa al servlet del sistema de reservación 118 de tal evento, lo que permite al media mover client 110 en otro momento averiguar la nueva dirección IP y resumir el envío el anuncio justo en el momento en donde ocurrió el error (es decir, es posible enviar el anuncio por pedazos, y continuar mandando nuevos pedazos hasta que el anuncio completo haya sido enviado, en vez de empezar desde el principio cada vez que

ocurra un error). En el momento que el media mover server 114 recibe el anuncio, lo valida (135) calculando el valor del *message digest* y comparándolo al valor enviado por el media mover client 110. Si los dos *message digests* son idénticos, entonces eso implica que el anuncio fue transferido correctamente sin errores ni modificación en tránsito. De otra manera, obviamente hubieron problemas en la transferencia, lo que conlleva a declarar al anuncio como "corrupto". Debemos notar que el archivo que se transmite desde el media mover client 110 al media mover server 114 no solo contiene el anuncio en sí, sino que meta-data sobre el anuncio, lo que incluye cosas como el nombre y versión del anuncio, su duración, el canal y programa destinatario, el día y hora en que debe ser difundido, etc. Esta meta-data puede ser adicionalmente utilizada por un sistema de inserción digital automatizada de comerciales que se comunica con un media mover server 114.

Después que una transferencia válida se ha hecho, el media mover server 114 preferiblemente envía una notificación al servlet del sistema de reservación 118 y al media mover client 110 de tal hecho, esto permite que esos sistemas notifiquen a sus usuarios o agentes de software de tal hecho. Opcionalmente, el media mover server 114 se comunica con un sistema de inserción digital automatizada de comerciales, diciéndole en efecto cuáles anuncios difundir, por cuáles canales, a qué hora, y por qué duración, entre otros datos (como son el nombre y versión del anuncio, el programa en donde debe aparecer el anuncio, etc). Con el sistema opcional de inserción digital automatizada de comerciales, el proceso entero, desde reservación hasta difusión de los anuncios, es totalmente automatizado.

Mientras las descripciones presentadas y los diagramas representan la encarnación preferida del invento, se debe entender que varias adiciones, modificaciones y substituciones pueden hacerse sin apartarse del espíritu y alcance del presente invento como se define en las proclamaciones que lo acompañan. En particular, se le debe hacer claro a personas diestras en el arte que el presente invento puede ser encarnado en otras formas específicas, estructuras, arreglos, proporciones y con otros elementos, materiales y componentes sin apartarse del espíritu o características esenciales de esta. Las presentes encarnaciones presentadas son mostradas entonces para ser consideradas en todos los aspectos como ilustrativas y no representativas, al alcance del invento que se indica por las proclamaciones adjuntadas, y no limitadas a las descripciones que se dan. Además, debe notarse que orden en que los procesos se ejecutan pueden variar sin afectar substancialmente el resultado de tales procesos.

REIVINDICACIONES:

1. Un método de reservar espacio de media, consistiendo en: (a) proveer información de canales de distribución para una pluralidad de canales de distribución de media a un usuario a través de una red de computadoras; (b) selección de espacio de media en cuando menos uno de la pluralidad de canales de distribución basado en datos recibidos del usuario a través de la red de computadoras; (c) reservación del espacio de media; (d) recibir media del usuario a través de la red de computadoras; y (e) envío de la media a un distribuidor de media para su colocación en el espacio de media seleccionado.
2. Un método de la proclamación 1, donde el usuario es el anunciante y el espacio de media es el espacio publicitario.
3. Un método de la proclamación 1, donde el usuario es el productor y el espacio de media en el espacio de programación.
4. Un método de la proclamación 1, donde el usuario es un agente publicitario.
5. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: previamente a proveer información de canales de distribución, requiriendo que el usuario se suscriba al servicio.
6. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: aceptar información de canales de distribución para una canal de distribución de una pluralidad de canales de distribución de un representante de un canal de distribución.
7. Un método de la proclamación 6, que conlleva adicionalmente: previamente a aceptar información de canales de distribución, requiriendo que el representante de canales de distribución se suscriba al servicio.
8. Un método de la proclamación 6, donde el usuario es un representante de canales de distribución.
9. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: (a) organizar la pluralidad de canales de distribución por zonas geográficas; y (b) permitirle al usuario navegar, a través de la red de computadoras, los espacios de media de uno o más canales de distribución localizados en una o más zonas geográficas.
10. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: (a) organizar la pluralidad de canales de distribución por estaciones; y (b) permitirle al usuario navegar, a través de la red de computadoras, los espacios de media de uno o más canales de distribución localizados en una o más estaciones.
11. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: (a) organizar la pluralidad de canales de distribución por tipos de canales; y (b) permitirle al usuario navegar, a través de la red de computadoras, los espacios de media de uno o más canales de distribución de uno o más tipos de canales.

12. Un método de la proclamación 1, donde el usuario selecciona espacio de media con una única acción del usuario.
13. Un método de la proclamación 1, donde el envío de la media es a una dirección de Internet Protocol (IP) dinámica.
14. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: (a) autenticación de la media; y (b) verificación de la media.
15. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: (a) permitir a una primera entidad global la publicación automática de *ratings* de acuerdo a un estándar; (b) la organización automática de los *ratings* por un campo de organización seleccionado de un grupo consistiendo de región geográfica, estación, y/o canal; y (c) proveer los *ratings* a los usuarios a través de la red de computadoras.
16. Un sistema de procesamiento de datos para reservar espacio de media consistiendo en: (a) una base de datos incluyendo información sobre canales de distribución para una pluralidad de canales de distribución; y (b) un procesador acoplado a la base de datos y programado para: (b.1) recibir instrucciones para proveer la información de los canales de distribución al usuario; (b.2) permitirle al usuario seleccionar espacio de media en cuando menos uno de la pluralidad de canales de distribución; (b.3) reservar el espacio de media; y (b.4) recibir instrucciones para recibir datos de la media del usuario y permitir el envío de la media a un distribuidor para su difusión en el espacio de media seleccionado.
17. El producto del programa de computadora de procesamiento de datos de la proclamación 16, en donde el procesador está adicionalmente programado para: (a) recibir instrucciones de los publicadores de *ratings* para automáticamente publicar tales *ratings* según un estándar; (b) organizar automáticamente los *ratings* por un campo de organización seleccionado de un grupo consistiendo de región geográfica, estación, y/o canal; y (c) proveer los *ratings* a los usuarios.
18. En una red de computadoras acoplada al Internet, un sistema de reservación de media que permite la reservación de media en un canal de distribución, consistiendo de: (a) una base de datos de canales de distribución de media que almacena información de espacio de media, incluyendo espacios que son reservables, para el canal de distribución de media; (b) una interfaz de usuario a través de la cual el usuario tiene acceso a información de espacio de media y a través de la cual el usuario reserva espacios en los canales de distribución de media; y (c) un subsistema de transportación de media que recibe media del usuario y lo envía al distribuidor de media para su colocación en el canal de distribución de media en el espacio de media asociado con el espacio reservado.

Original?

19. El sistema de la proclamación 18, que conlleva adicionalmente: (a) un sub-sistema global de ratings, incluyendo: (a.1) una base de datos global de ratings con entradas que contienen un campo de organización seleccionado de un grupo consistiendo de región geográfica, estación, y/o canal; y (a.2) un receptor de ratings que acepta los ratings relacionados a los canales de distribución de media (y su programación) de un publicador de ratings y que almacena tales ratings en la base de datos global de ratings, de donde el usuario tiene acceso a la base de datos global de ratings a través de la interfaz de usuario.

Mg. Roc Macabac
de Kungu-H.

Abstracto

Un sistema de reservación de media y método para la reservación de espacio de media en tiempo real y de manera confiable en una pluralidad de canales de distribución de media. El sistema y método incluye la transportación de la media hasta la localización en donde la media entra a un canal de distribución de media y la media se difunde en un canal de distribución de media. Esto permite que media sea fácilmente colocada desde cualquier lugar del mundo a cualquier otro lugar en el mundo.

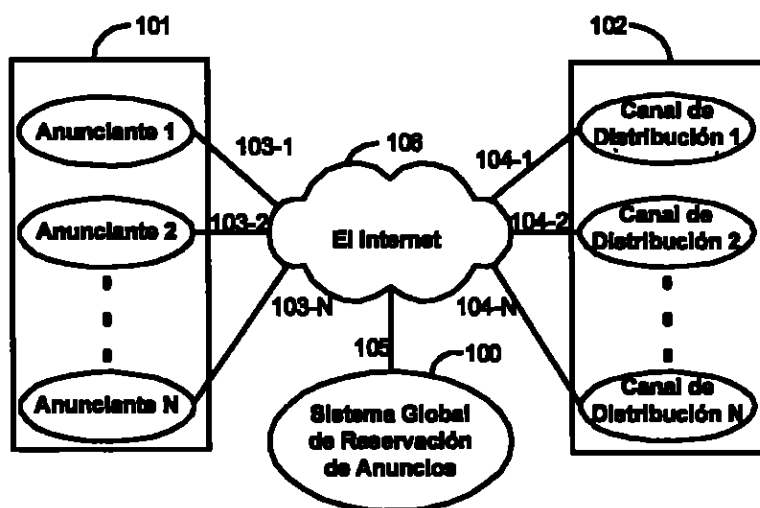


DIAGRAMA 1A

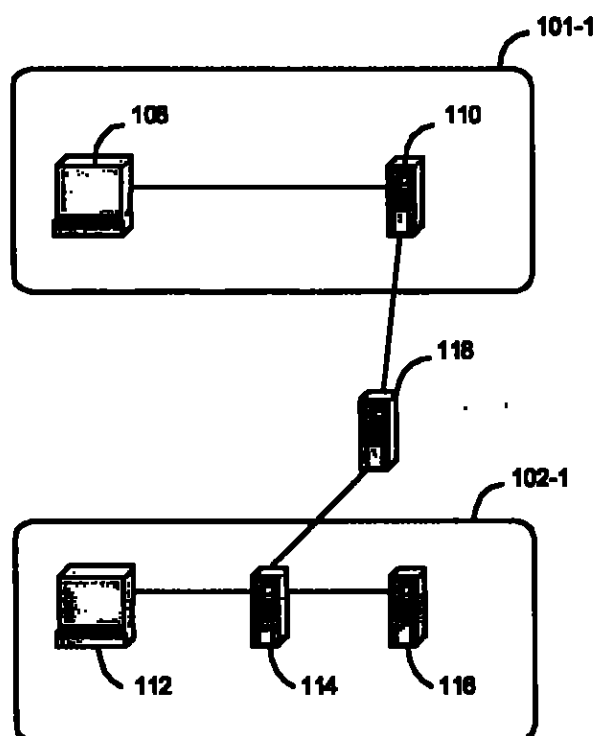


DIAGRAMA 1B

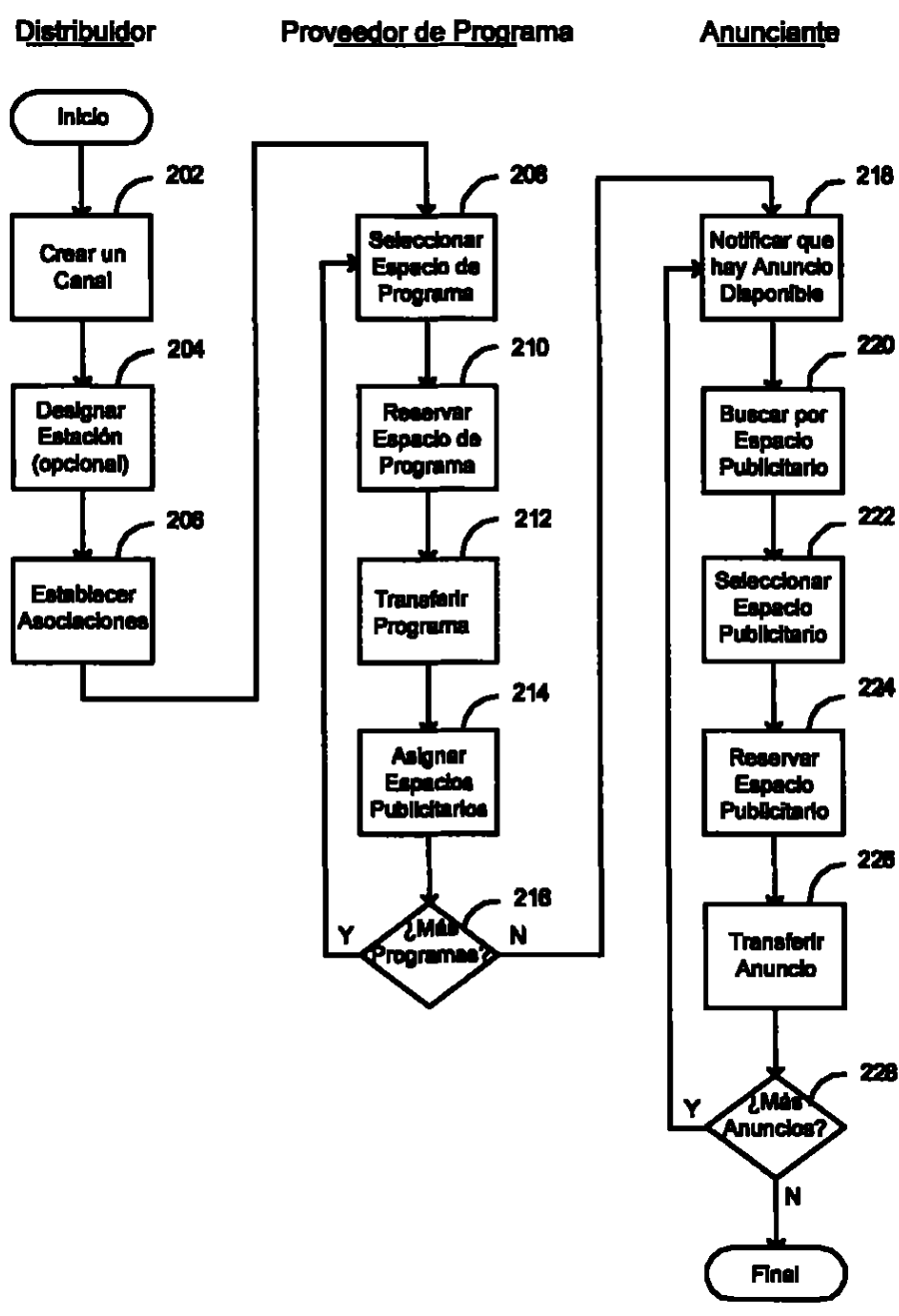


DIAGRAMA 2

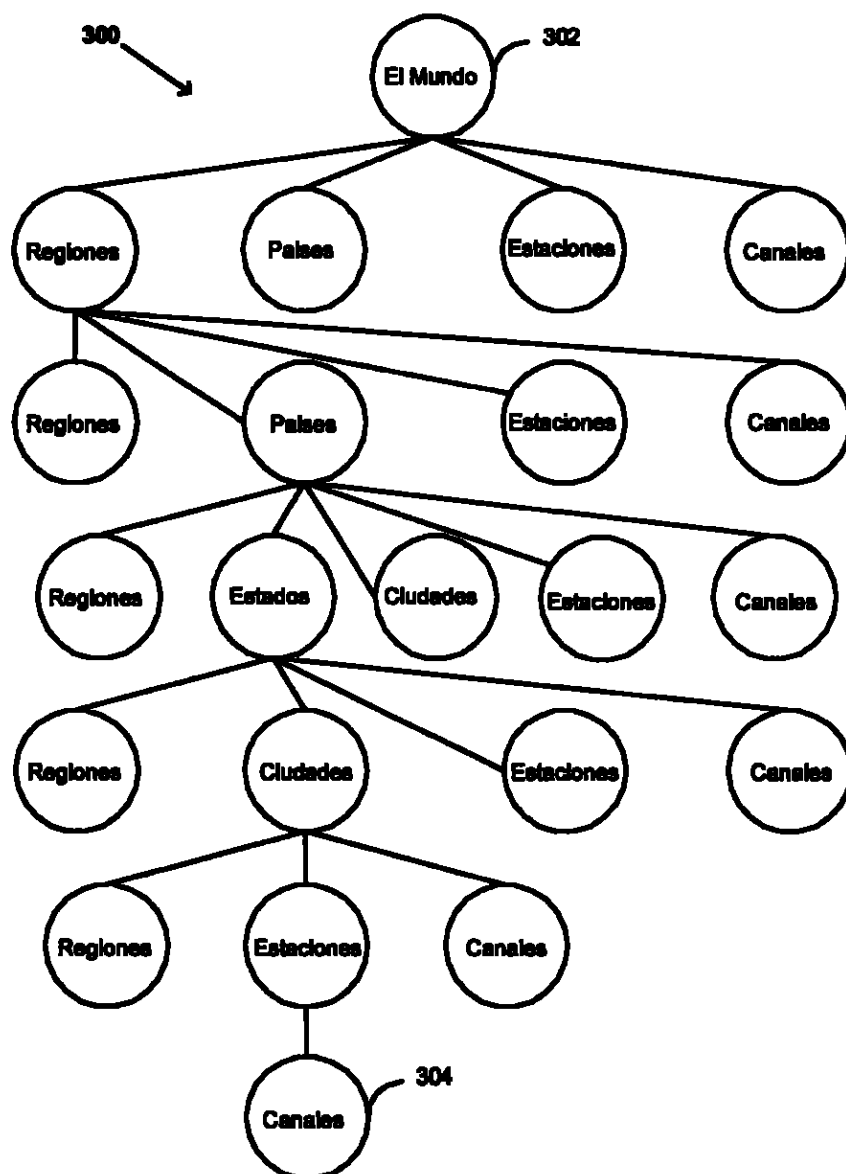


DIAGRAMA 3A

28

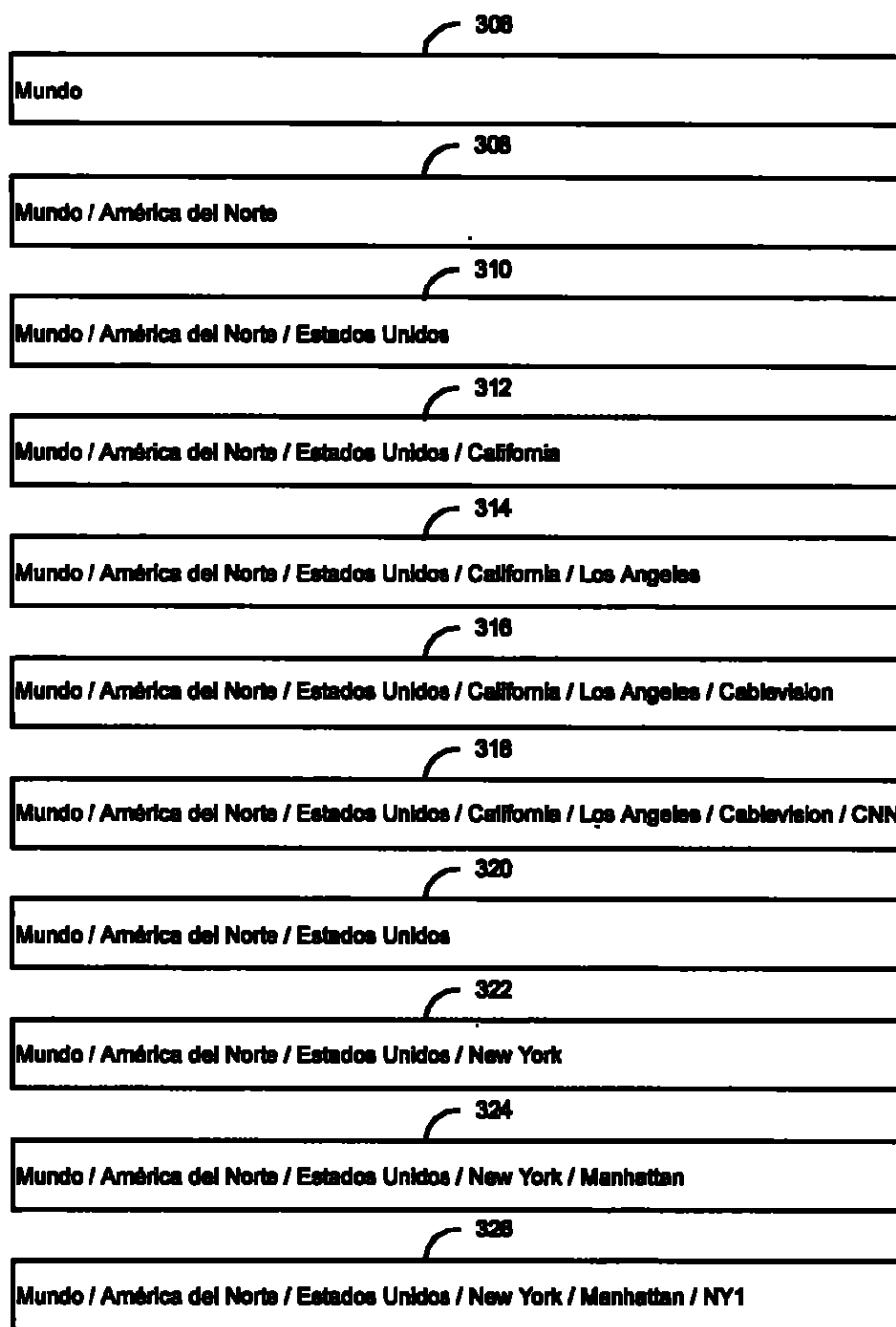


FIGURE 3B

La Barra de Navegación Geográfica 330

Node	Name	Description
------	------	-------------

DIAGRAMA 3C

Regiones 334

Región 1	Nombre	Descripción
Región 2	Nombre	Descripción
...		
Región N	Nombre	Descripción

Países 336

País 1	Nombre	Descripción
País 2	Nombre	Descripción
...		
País N	Nombre	Descripción

Estados 338

Estado 1	Nombre	Descripción
Estado 2	Nombre	Descripción
...		
Estado N	Nombre	Descripción

Ciudades 340

Ciudad 1	Nombre	Descripción
Ciudad 2	Nombre	Descripción
...		
Ciudad N	Nombre	Descripción

Estaciones 342

Estación 1	Nombre	Descripción
Estación 2	Nombre	Descripción
...		
Estación N	Nombre	Descripción

Canales 344

Canal 1	Nombre	Descripción
Canal 2	Nombre	Descripción
...		
Canal N	Nombre	Descripción

DIAGRAMA 3D

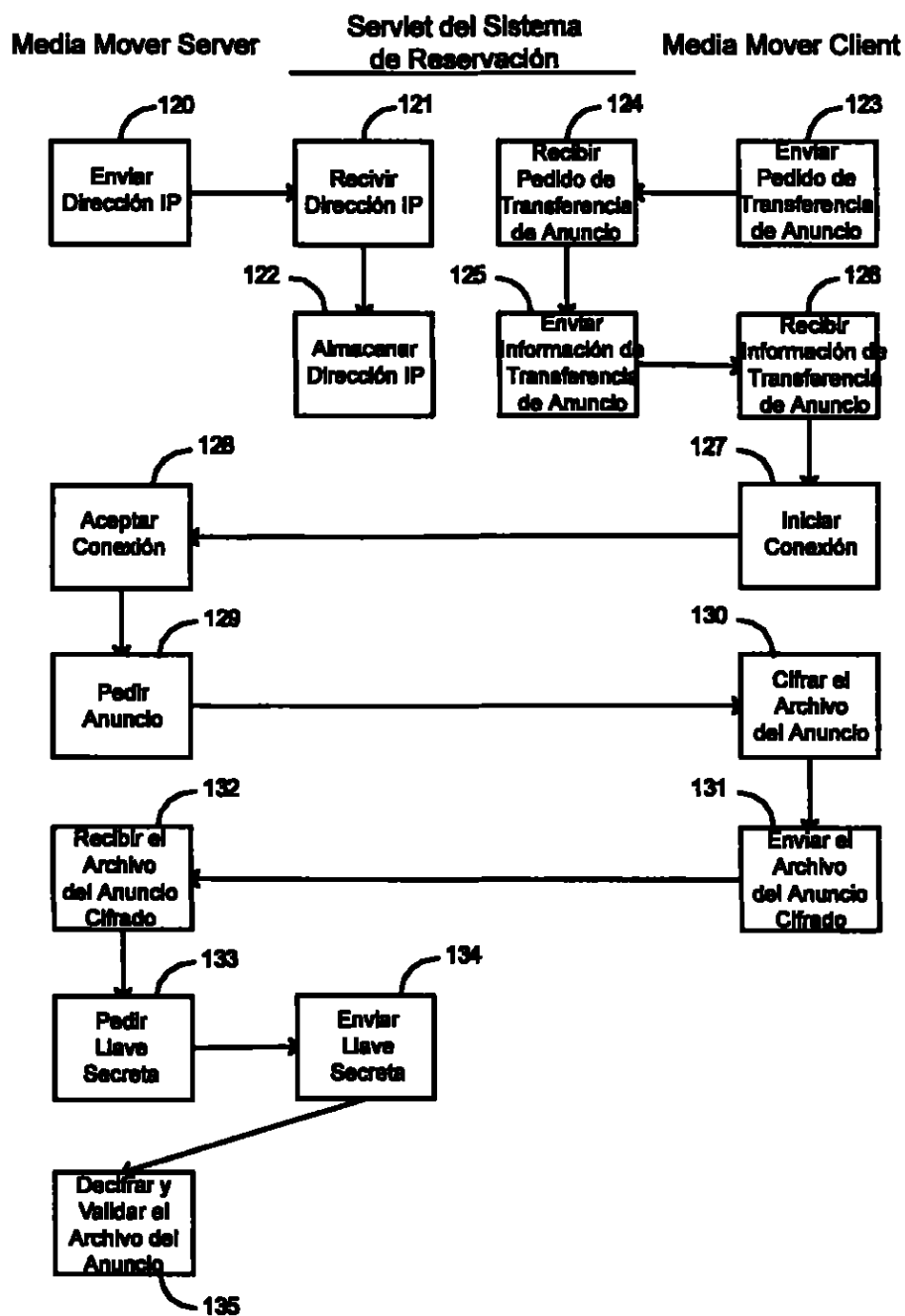


DIAGRAMA 4

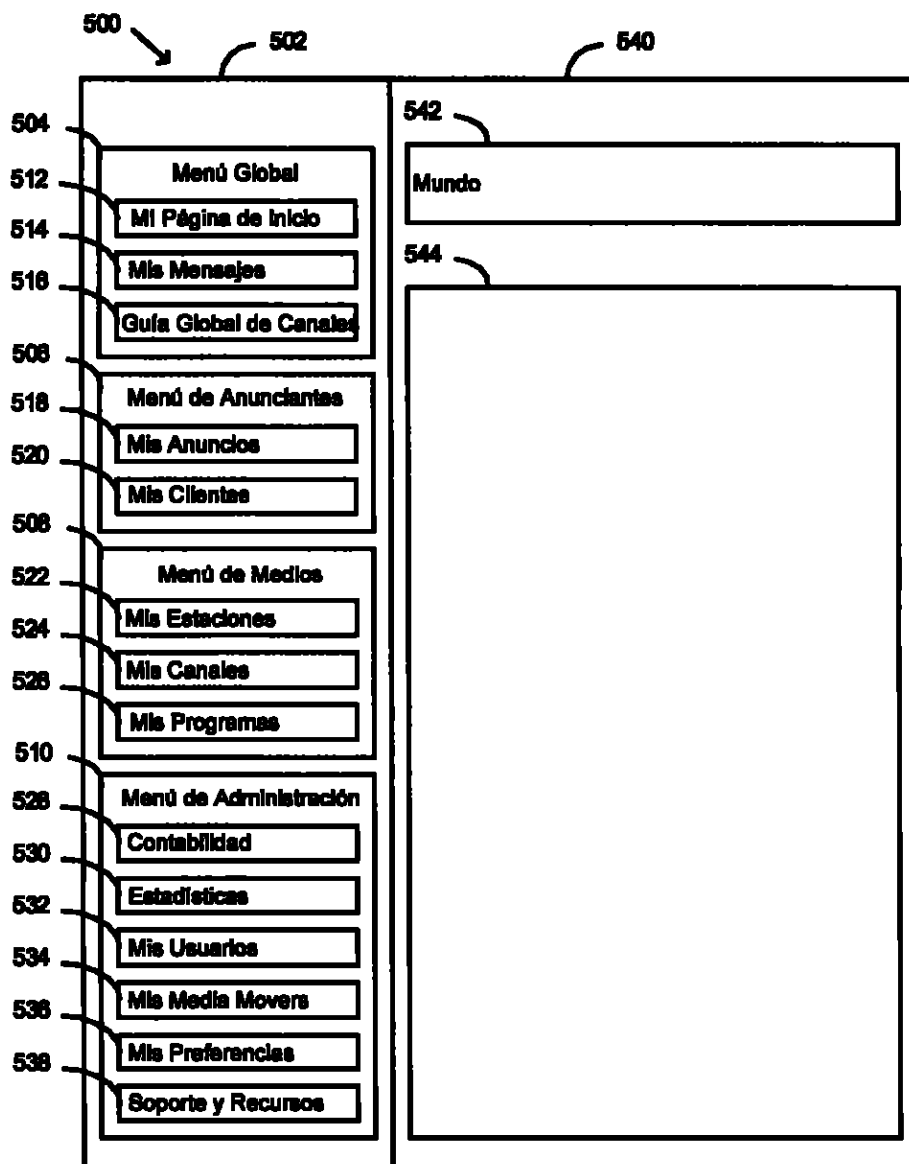


DIAGRAMA 5

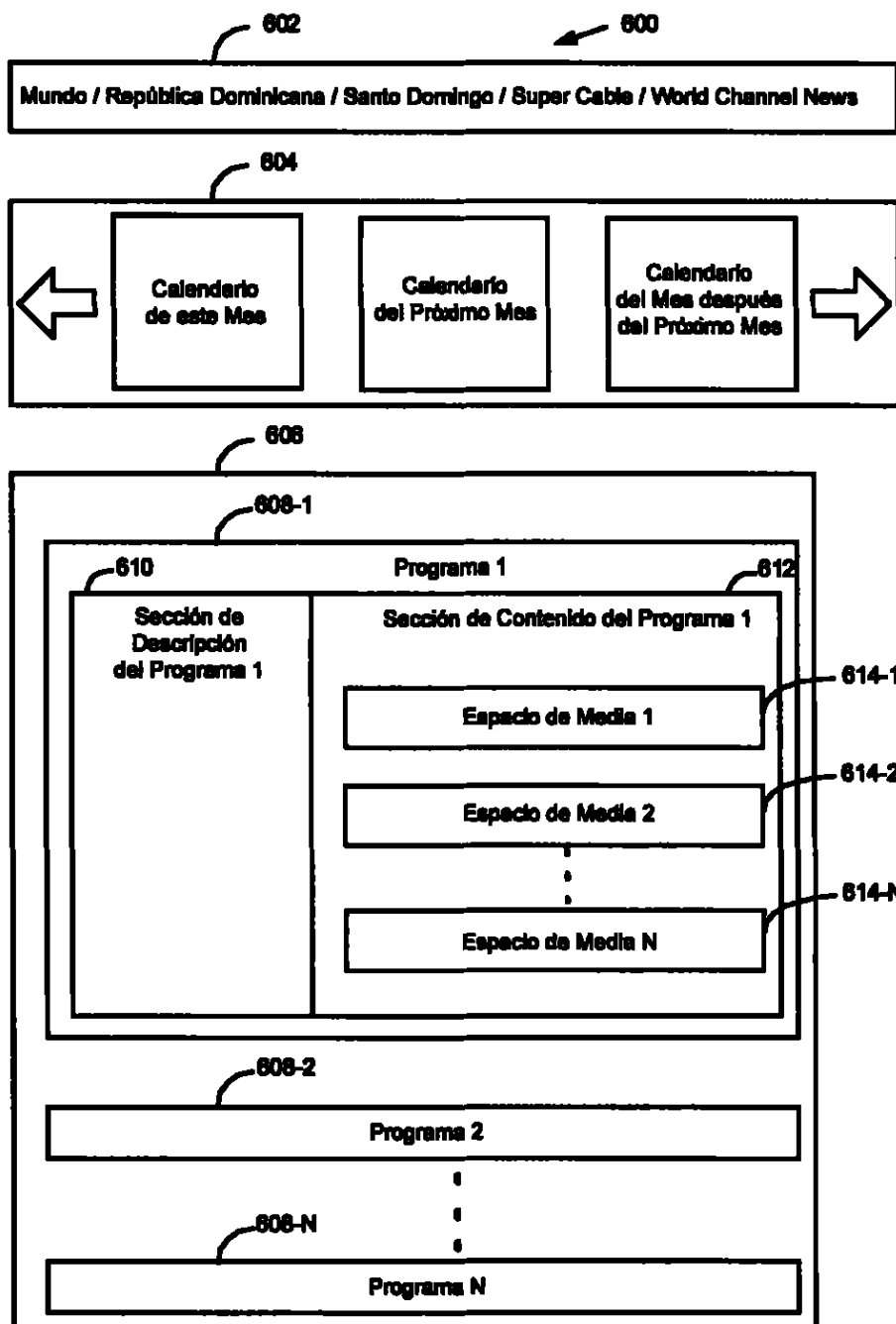


DIAGRAMA 6

PA 993964



THE UNITED STATES OF AMERICA

TO ALL TO WHOM THESE PRESENTS SHALL COME:

UNITED STATES DEPARTMENT OF COMMERCE

United States Patent and Trademark Office

April 15, 2003

THIS IS TO CERTIFY THAT ANNEXED HERETO IS A TRUE COPY FROM THE RECORDS OF THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE OF THOSE PAPERS OF THE BELOW IDENTIFIED PATENT APPLICATION THAT MET THE REQUIREMENTS TO BE GRANTED A FILING DATE UNDER 35 USC 111.

APPLICATION NUMBER: 10/282,506

FILING DATE: October 28, 2002

03 / 237

ADUCCION OFICIAL No.

JAN PABLO PIEDRAHITA AGUILERA

TRADUCCION E INTERPRETE OFICIAL

C. IDONEIDAD DAS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

By Authority of the

COMMISSIONER OF PATENTS AND TRADEMARKS



L. Edelen

L. EDELEN

Certifying Officer

Please type a plus (+) inside this box - ☐

10-30-02 10/28/02 10/28/02

PTO/SB/05 (03-01)

Approved for use through 10/31/2002. OMB 0351-0032
Patent and Trademark Office: U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE

Under the Paperwork Reduction Act of 1995, no persons are required to respond to a collection of information unless it displays a valid OMB control number.

**UTILITY
PATENT APPLICATION
TRANSMITTAL**

(Only for new nonprovisional applications under 37 CFR 1.53(b))

Attorney Docket No. 11138-0003-899 Total Pages

First Named Inventor or Application Identifier

Jose C. Elias

Express Mail Label No. EL 451 598 725 US

APPLICATION ELEMENTS

See MPEP chapter 600 concerning utility patent application contents.

1. ☒ Fee Transmittal Form
(Submit an original, and a duplicate for fee processing)
2. ☒ Applicant claims Small Entity status, see 37 C.F.R. § 1.27
3. ☒ Specification [Total Pages 19]
(preferred arrangement set forth below)
-Descriptive title of the invention
-Cross Reference to Related Applications
-Statement Regarding Fed sponsored R&D
-Reference to Microfiche Appendix
-Background of the invention
-Brief Summary of the invention
-Brief Description of the Drawings (if filed)
-Detailed Description of the invention (including drawings, if filed)
-Claim(s)
-Abstract of the Disclosure
4. ☒ Drawing(s) (35 USC 113) [Total Sheets 6]
5. ☒ Oath or Declaration [Total Sheets 2]
 - a. ☒ Newly executed (original or copy)
 - b. ☐ Copy from a prior application (37 CFR 1.63(d))
(for continuation/divisional with Box 18 completed)
 - c. ☐ DELETION OF INVENTOR(S)
Signed statement attached deleting inventor(s) named in the prior application, see 37 CFR 1.63(d)(2) and 1.33 (b).
6. ☐ Application Data Sheet. See 37 CFR 1.78

ADDRESS TO:

Assistant Commissioner for Patents
Box Patent Application
Washington, DC 20231

7. ☐ CD-ROM or CD-R in duplicate, large table or Computer Program (Appendix)
8. ☐ Nucleotide and/or Amino Acid Sequence Submission (if applicable, all necessary)
 - a. ☐ Computer Readable Form (CRF)
 - b. Specification Sequence Listing on:
 - i. ☐ CD-ROM or CD-R (2 copies); or
 - ii. ☐ paper
 - c. ☐ Statement verifying identity of above copies

ACCOMPANYING APPLICATION PARTS

9. ☐ Assignment Papers (cover sheet & document(s))
10. ☐ 37 CFR 3.73(b) Statement (when there is an assignee) ☐ Power of Attorney
11. ☐ English Translation Document (if applicable)
12. ☐ Information Disclosure Statement (IDS)/PTO-1449 ☐ Copies of IDS Citations
13. ☐ Preliminary Amendment
14. ☒ Return Receipt Postcard (MPEP 503)
(Should be specifically itemized)
15. ☐ Certified Copy of Priority Document(s)
(if foreign priority is claimed)
16. ☐ Nonpublication Request under 35 U.S.C. 122 (b)(2)(i).
Applicant must attach form PTO/SB/35 or its equivalent
17. ☐ Other:

18. If a CONTINUING APPLICATION, check appropriate box and supply the requisite information below and in a preliminary amendment, or in an Application Data Sheet under 37 CFR 1.78:

☐ Continuation ☐ Divisional ☐ Continuation-in-part (CIP) of prior application No. filed.

Prior application information: Examiner: Group Art Unit:

For CONTINUATION OR DIVISIONAL APPS only: The entire disclosure of the prior application, from which an oath or declaration is supplied under Box 5b, is considered a part of the disclosure of the accompanying continuation or divisional application and is hereby incorporated by reference. The incorporation can only be relied upon when a portion has been inadvertently omitted from the submitted application parts.

19. CORRESPONDENCE ADDRESS

Customer Number:

11111111111111111111

24341

(Insert Customer No. or Attach bar code label here)

or ☐ Correspondence address below

NAME

ADDRESS

CITY

STATE

ZIP CODE

COUNTRY

TELEPHONE

FAX

CA1 - 320831.1

Express Mail No.: EL 451 598 725 US

PENNIE & EDMONDS LLP
COUNSELLORS AT LAW
3300 Hillview Avenue
Palo Alto, CA. 94304

ATTORNEY DOCKET NO. 11136-003-999

Date: October 28, 2002

Assistant Commissioner for Patents
Box PATENT APPLICATION
Washington, D.C. 20231

Sir:

The following utility patent application is enclosed for filing:

Applicant(s): Jose C. Elias

Executed on: October 28, 2002

Title of Invention: SYSTEMS AND METHODS FOR REAL-TIME MEDIA PLACEMENT

PATENT APPLICATION FEE VALUE

TYPE	NO. FILED	LESS	EXTRA	EXTRA RATE	FEE
Total Claims	19	-20	0	\$18.00 each	\$ 0.00
Independent	3	-3	0	\$84.00 each	\$ 0.00
Minimum Fee					\$ 740.00
Multiple Dependency Fee If Applicable (\$280.00)					\$ 0.00
Total					\$ 740.00
Applicant qualifies for the 50% Reduction for Independent Inventor, Nonprofit Organization or Small Business Concern					- \$ 370.00
Total Filing Fee					\$ 370.00

- ☒ **DO NOT PUBLISH.** I hereby certify that the invention disclosed in the attached application has not and will not be the subject of an application filed in another country, or under a multilateral agreement, that requires publication at eighteen months after filing. I hereby request that the attached application not be published under 35 U.S.C. 122(b).
- ☐ Priority of application no. filed on in is claimed under 35 U.S.C. § 119.
- ☐ The certified copy of the priority application has been filed in application no. filed
- ☐ Amend the specification by inserting before the first line the following sentence: This is a continuation-in-part of application no. filed .

Please charge the required fee to Pennie & Edmonds LLP Deposit Account No. 16-1150. A copy of this sheet is enclosed.

Respectfully submitted,
Francis E. Morris

Francis E. Morris
PENNIE & EDMONDS LLP

24,615
(Reg. No.)

Enclosure

This form is not for use with continuation, divisional, re-issue, design or plant patent applications.

CA1 - 320559.1

SYSTEMS AND METHODS FOR REAL-TIME MEDIA PLACEMENT

Field of the Invention

5 This invention relates generally to publicity and advertising, and particularly to systems and methods for placing advertisements in real-time using the Internet.

Background of the Invention

10 Over the years, publicity and advertising have evolved from local activities to global ones. This is evident today with companies such as Coca-Cola and McDonalds, whose advertising campaigns are increasingly implemented in a homogeneous way. This is due primarily to factors of (1) cost, since such homogeneity allows creating a single unique ad with a fixed budget, and (2) consistency, that is, the desire to provide a consistent image of the products and services for all of the world's geographical, ethnic, and cultural regions. Of
15 course, even within a homogeneous ad campaign, slightly different versions of any one ad could be created to better address consumers in different localities.

 But increasing globalization has brought with it an increased need for advertising agencies to have at least some minimal form of local representation in regions where it wishes to place advertisements. This need arises mainly from a need to know, for each
20 country or region: (1) local markets, (2) how to interact with local bureaucracy, (3) how to deal with legal barriers, and (4) how to obtain efficiency in placement times for ads.

 By itself, this need to open offices remotely located from the place where ads are created has brought with it an increase in costs for the creation, reservation, and transportation of global advertising. This increase in costs is due to (1) additional costs of
25 maintaining a large staff abroad, (2) problems with delays and costs of sending the ads themselves, many times using unreliable physical carriers, (3) the possible partnership and sharing of benefits with foreign advertising agencies, and (4) the costs of maintaining, for logistical reasons, the whole operation synchronized, both operationally and legally.

 These increased costs are due in part to ratings systems that are often locally
30 applicable, lacking even a standardized publication method. Traditionally, the way to access local ratings was, for example, by making telephone calls or sending faxes or, more typically, by hiring an agency that specializes in ratings that would execute the appropriate market research to find out the ratings of a program or channel (be it television, radio, a Web site, digital video, etc.). When contracting with such an agency, that company would
35 effectively ask all applicable advertising venues for their known ratings, compile all these ratings, and then provide this unified ratings package to interested parties. But this

NY2 - 134244.1

approach creates various problems by, for example, (1) making it difficult for the ratings provider to keep the ratings data up-to-date, (2) making it difficult to establish a global community in which ratings data may be easily shared, and (3) requiring a time-consuming process to obtain and analyze ratings data.

5 After analyzing ratings data, advertisers or their agents traditionally negotiate with sellers of media space. While there are some advantages to being able to meet face-to-face, this form of negotiation also has weaknesses. For example, (1) it is not always possible to be in the same time at the same place; (2) the process is inherently slow; and (3) human errors are common during the annotation of the negotiations. Although these shortcomings
10 are somewhat alleviated by using modern technology (such as telephones, fax machines, and e-mail), flaws in the reservation process remain. For example, (1) constant human intervention in the process is required; (2) there are still numerous places in the process where human error can occur; and (3) when both the buying and selling entities are geographically distant, they depend on local time-zone compatibilities to do business. In
15 the case of the telephone, both parties must be available at an agreed-upon time. In the case of fax machines and e-mail, each party must wait for acknowledgment from the other. This makes the process very slow as each iteration in the negotiation means waiting for the other side to acknowledge several hours or, especially if the parties are in different time zones, days later.

20 Even after negotiations end in a contract, advertisers must still send the ads they wish to place in a separate transaction. Typically, advertisers send ads to providers of media space via physical transportation means based on traditional mail systems (e.g., planes, trucks, FedEx, and UPS). A small fraction of advertisers send ads via the Internet using e-mail or the File Transfer Protocol (FTP). But because these transactions are distinct
25 from the negotiations, the mail and FTP protocols normally do not (1) classify and catalog an ad transfer, (2) notify a third party of a successful transfer, and (3) verify and authenticate the ad (at least without complex, expensive and/or custom-made "plug ins").

The inability to classify and catalog the information sent or received means, for example, that when an ad arrives the system has no automated or easy way to determine the
30 length of the ad, the channel on which it is supposed to play, the playing time, etc. This shortcoming makes human intervention necessary in order to determine such information.

The inability to notify a third party that a successful transfer has occurred means, for example, that when an ad is received, no one will be aware of receipt unless a human decides to "take a look" at the e-mail or FTP programs, or other programs are written to
35 monitor e-mail and FTP programs (which increases complexity and the possibility of

46
30

errors). Without this capability, a system that, for example, can air ads automatically will not be able to tell that an ad has arrived (much less that it needs to be aired) automatically.

The inability (without "plug-ins") to verify and authenticate the data being transferred means, for example, that there is no automated and standardized way to
5 authenticate and verify the sent and received documents. Authentication means knowing who sent the data, while verification means knowing that the contents of the data were not modified while in transit.

What has been missing are systems and methods that allow advertisers and providers of advertising space to break away the geographical barriers, shorten the waiting times to
10 real-time acknowledgments, stop the dependency on local time zones, and minimize human errors. The invention resolves all these logistic and engineering issues and limitations in a simple, efficient, inexpensive, and — importantly — real-time approach. The present invention facilitates the reservation, transportation, and placement of advertisements directly, in real-time, from anywhere to anywhere in the world, without needing extensive
15 knowledge of the market to be exploited, and without having to maintain fully equipped offices in remote markets.

In accordance with the present invention, an advertiser may place an ad with, for example, a TV station in a foreign country with the same speed and efficiency as placing the ad on a local TV station. Conversely, a TV station that previously had to expend valuable
20 resources to gain even a single advertising customer outside its locale is given access to all advertisers throughout the world with an Internet connection, and can receive ads from those customers with at least the same speed and simplicity as its local customers. Thus the present invention provides not only the advantage of making geographical and bureaucratic barriers in the process of buying, selling, transporting, and airing advertisements easier to
25 overcome, but also advantageously creates a standardized system that dramatically improves the efficiency of the publicity field itself, both locally and remotely.

Summary of the Invention

The present invention enables interaction between local or global producers and
30 consumers of publicity (or software agents representing the producers and consumers) in a centralized virtual place on the Internet, and interaction with remote users and automated programs in charge of transporting and airing publicity.

A system or method according to the present invention includes providing distribution channel information for a plurality of distribution channels to a user via an
35 Internet interface. The user has access to global ratings when selecting media space on at

least one of the plurality of distribution channels via the Internet interface, reserving the selected media space, receiving media from the user, and forwarding the media to a distributor for placement in the selected media space.

5 The system includes a media distribution channel database for storing media space information, including reservable slots, for the media distribution channel, and a user interface through which a user has access to media space information. Through the user interface, the user selects a reservable slot on the media distribution channel. A media reservation subsystem automatically reserves the selected reservable slot for the user. And a media transportation subsystem receives media from the user and forwards the media to a distributor for placement on the media distribution channel in the media space associated with the reserved slot.

15 In one embodiment, the invention includes a method of reserving media space, comprising: providing distribution channel information for a plurality of distribution channels to a user through a computer network; selecting media space on at least one of the plurality of distribution channels based on data received from the user through the computer network; reserving the selected media space; receiving media from the user through the computer network; and forwarding the media to a distributor for placement in the selected media space.

20 In another embodiment, the invention includes a data processing system for reserving media space comprising: a database including distribution channel information for a plurality of distribution channels; and a processor coupled to the database and programmed to receive instructions for providing the distribution channel information to a user, enable the user to select media space on at least one of the plurality of distribution channels, reserve the selected media space, and receive instructions for receiving media from the user and for forwarding the media to a distributor for placement in the selected media space.

30 In yet another embodiment, the invention includes, in a computer system coupled to the Internet, a media reservation system for enabling the reservation of media space on a media distribution channel, comprising: a media distribution channel database storing media space information, including reservable slots, for the media distribution channel; a user interface through which a user has access to the media space information and through which the user selects a reservable slot on the media distribution channel; a media reservation subsystem that automatically reserves the selected reservable slot for the user; and a media transportation subsystem that receives media from the user and forwards the media to a distributor for placement in the selected media space.

48
40

distributor for placement on the media distribution channel in the media space associated with the reserved slot.

Brief Description of the Drawings

- 5 FIGS. 1A and 1B illustrate a system and data flow according to the invention.
- FIG. 2 is a flow chart of program and ad reservation on a channel according to the invention.
- FIG. 3A illustrates a tree-like representation of a geographical database used in a system according to the invention.
- 10 FIG. 3B illustrates text-based traversal of a geographical database according to the invention.
- FIG. 3C illustrates a geographical navigation bar according to the invention.
- FIG. 3D illustrates formats for entries in a geographical database according to the invention.
- 15 FIG. 4 is a flow chart of an ad transfer according to the invention.
- FIG. 5 illustrates a graphical user interface according to the invention.
- FIG. 6 illustrates a context frame in a graphical user interface according to the invention.

20

Detailed Description of the Invention

In a preferred embodiment, the invention can be implemented as a main system — a global ad reservation system — and three subsystems: a global ratings system, an ad transfer system, and a one-click ad reservation system. A newly developed system according to the

25 invention is the ADINTEGRATOR (a trademark of Galactic Media S.A.).

A global ad reservation system according to the present invention allows media space consumers (such as advertisers) and media space sellers (such as media distribution channels) to buy and sell media space globally. Preferably, every user of the global ad reservation system is a member of a system community (e.g., the ADINTEGRATOR

30 community). Becoming a member preferably entails entering into a contract with the system provider. The contract preferably requires the member to promise to follow the rules and standards imposed by the system provider. Examples of contract terms are the member's agreement to: (1) pay for using the system; (2) pay for placing publicity with the system; (3) accept penalties for any improper use of the system; (4) provide reliable and

35

accurate information to the system; and (5) refrain from falsifying critical data such as program ratings and the popularity of channels and programs.

The user can be a producer or a consumer, or both, of publicity, or may be an agent or a party with some other interest in media distribution. When the user becomes a
5 member, the user can use the global ad reservation system to browse the stations, channels, and programming for unreserved media slots. Access is transparent and simple, regardless of whether the media slot is for a local or a global distribution channel. A global ad reservation system according to the invention eliminates geographic barriers to such an extent that media may be placed on distribution channels anywhere in the world with about
10 the same speed and efficiency as they are placed locally. In this way, the system gathers global producers and consumers of publicity in a virtual centralized location via the Internet. Users preferably have access to ratings and other information that is valuable in deciding into which distribution channels media may be placed economically. A global ad reservation system according to the invention also establishes a standardized system that
15 dramatically improves the efficiency of the publicity field itself, both locally and non-locally.

Using a global ad reservation system according to the invention, the producers and owners of stations, channels, and programs can publish in real-time available media space, including advertising slots and programming slots. These slots may be reserved in real-time
20 via a single user action such as a mouse click. The member reserving the space lets the system know what specific media to place in the reserved space. This triggers an action allowing the system to transparently transport the specific media from the member to the medium in which it will be distributed. The system also makes it possible to trigger an action to automatically distribute media once it arrives at its distribution channel
25 destination. For illustrative purposes, the member reserving media space is usually referred to herein as an advertiser, though the member could instead reserve programming, rather than advertising, slots.

Figure 1A illustrates an overview of an embodiment of the present invention specifically directed to advertising media. Figure 1A shows a global ad reservation system
30 100, advertisers 101, distribution channels 102, and the Internet 106. Each advertiser 101 is coupled to the Internet via a connection 103-1 through 103-N. Each distribution channel 102 is coupled to the Internet 106 via a connection 104-1 through 104-N. The global ad reservation system 100 is coupled to the Internet 106 via a connection 105. In this way, the advertisers 101 and distribution channels 102 may communicate with the global ad
35 reservation system 100. Each distribution channel 102 is for a printed medium (such as a

magazine, newspaper, direct-mail vendor, outdoor-ad vendor, transit-ad vendor, or Internet-ad vendor), a broadcast medium (such as television, radio, or the Internet), or some other medium (including, but not limited to, Digital Cinema, Cable TV, and Satellite TV/Radio).

Figure 1B illustrates an advertiser 101-1 and a distribution channel 102-1 in more detail. Figure 1B shows an advertiser computer 108, a media mover client 110, a distribution channel computer 112, a media mover server 114, an optional digital ad insertion system 116, and a global ad reservation system servlet 118. The advertiser 101-1 is an entity (e.g., a person, a company, or a software agent) that has an advertisement to place in a distribution channel.

The optional digital ad insertion system 116 preferably follows a set of protocols defined by the system, which provide the digital ad insertion system 116 with all the information required to play the ad automatically. Examples of this information are a name for the ad, location within a networked file system, the type of ad, its duration, and the program and channel where the ad is playing. The same protocols preferably also specify a way for a digital ad insertion system 116 to notify the media mover server 114 that an ad could not be played or was canceled, so that the media mover server 114 can inform the global ad reservation system 100 about such an event.

The advertiser computer 108 may be at the advertiser's facilities, in the field, or at some other location with an Internet connection. A user of the advertiser computer 108 can communicate with the global ad reservation system 100 or the media mover client 110, preferably via a Web browser, over an optionally encrypted communications channel. The media mover client 110 is preferably a computer with a program that resides at the advertiser's facilities (e.g., an advertising agency). In an alternate embodiment, the media mover client 110 is a program stored in the advertiser computer 108.

The primary purpose of the media mover client 110 is to transfer ads to media mover servers, such as media mover server 114. These ads may contain audio, video, text, speech, animations, executable objects, or data, or any combination of those. The contents of ads typically vary depending upon the medium to which they are directed. In addition, the media mover client 110 is preferably not limited to the transferring of ads to the media mover server 114, but can also transfer the actual programming where the ads are placed.

The distribution channel computer 112 may be located at the distribution channel facilities or at some other location with an Internet connection. A user of the distribution channel computer 112 can communicate with the global ad reservation system 100 or the media mover server 114, preferably via a Web browser, over an optionally encrypted communications channel. The media mover server 114 is preferably a computer with a

program that resides at the location where ads will be aired (e.g., a TV channel). In an alternate embodiment, the media mover server 114 is a program stored in the distribution channel computer 112, or the optional digital ad insertion system 116.

5 The primary purpose of the Media Mover Server 114 is to receive ads from media mover clients, such as media mover client 110. The media mover server 114 is optionally configured to communicate with the digital ad insertion system 116, which enables automated airing of the ads.

10 The reservation system servlet 118 is typically located at the global ad reservation system 100 and serves as an intermediary between the media mover client 110 and the Media Mover Server 114. The reservation system servlet 118 also communicates with the advertiser computer 108 and distribution channel computer 112, as well as with peripheral systems (not shown) that reserve, transport, or distribute media. The reservation system servlet 118 preferably generates dynamic Web pages so as to provide a graphical user interface and manages users in a scalable, secure, efficient, and reliable way.

15 Parameters for the media mover client and media mover server are preferably set by a Web service. The Web service is software that may be located at the reservation system servlet 118 or at some other location. The Web service allows remote or local software programs to access the functionality of global ad reservation system 100 with little or no human intervention. Web services are usually composed of eXtensible Markup Language (XML), Simple Object Access Protocol (SOAP), Hyper Text Transfer Protocol (HTTP),
20 and Web Services Description Language (WSDL). The parameters include names, access passwords (used to access global ad reservation system 100 automatically and used as a "Secret Key" facilitating encrypted data transfer).

Figure 2 shows a preferred method of making available and reserving media space
25 for a channel. As shown in Figure 2, the distributor initially creates (202) a channel. The channel preferably represents a distribution channel for a specific medium (e.g., TV, radio, or the Internet). Optionally, the distributor designates (204) a station with which the channel is associated (e.g., a cable station or group of managed radio channels). Then the distributor establishes (206) associations with the channel/station (e.g., designating a
30 geographical location with which the channel is associated).

Once a channel is created and its associations are established, a program provider may search for and select (208) program space on the channel. The program provider can preferably identify program space by, for example, a desired geographic location that is associated with a channel having available media space. The program provider reserves
35 (210) desired program space and transfers (212) the program for broadcast or publication.

52
44

The program provider also assigns (214) advertising slots at selected points in the program (e.g., five three-minute breaks during an hour-long news program). In an alternative embodiment, the advertising slots could be pre-assigned (i.e., assigned prior to program transfer). In that case the program provider provides content for additional program space, if (216) media space for multiple programs is to be reserved prior to making the advertising slots available to advertisers. In another alternative embodiment, step 216 could be bypassed, making the advertising slots available to advertisers as soon as the slots are assigned.

After the program provider assigns the advertising slots, an advertiser preferably sends (218) notification to the global ad reservation system that an ad is available, including the name, version, and duration of the ad. The advertiser may search for (220) and select (222) advertising space. The system enables advertisers to search by channel/station, program title, the geographic region associated with the channel/station, or by some other search criteria. When open advertising slots are identified, the advertiser reserves (224) the advertising space. The reservation of ads is automatic and transactionally correct (e.g., honoring time/cost limits imposed by the available breaks, avoiding time conflicts, properly charging the right parties for the usage of the system, etc.) Then, the advertiser transfers (226) the ad. Preferably, ads are delivered without any degradation in quality. If (228) the advertiser has additional ads or wishes to reserve multiple advertising slots for the same ad, the advertiser may select additional advertising space. Otherwise the transaction ends for the advertiser (who may, of course, initiate another transaction later).

Figure 2 depicts the procedure for a first advertiser to place an ad on the program of the first program provider that places programming on a newly created channel. For subsequent program providers, the procedure essentially starts at step 210. For subsequent advertisers, the procedure essentially starts at step 220.

The entities publishing their breaks or spaces for programming are usually the entities responsible for running channels, TV or radio programs, printed media, Web sites, etc, and who wish to make media spaces available for sale. A media executive would normally: (1) create and make available the programs and/or channels under his or her control; (2) associate these programs to channels, and these channels to possible stations; (3) associate these channels or stations to one or more geographical regions; and (4) assign breaks to these programs or channels, which are available over the Internet immediately and in real-time. Thus, a single entity is likely to be both the distributor and program provider.

Although the system preferably provides a way for program administrators to specify the types of media supported (e.g., MPEG-2, QuickTime, and Sorenson CODEC for video,

or mp3 for radio), the system also preferably provides a facility for program administrators to specify a URL (i.e., an Internet address link) that allows advertisers to download a sample media file, which they can test locally to make sure that the ads they generate are compatible with the remote playing mechanisms.

5 To facilitate the interaction between the administrators of stations, channels, and ads, small icons with the shape of an envelope are preferably placed all throughout the GUI in all places where information about stations, channels, or ads is displayed. Clicking on this envelope icon automatically takes the user to a messaging system where they can compose a message for the administrator of the station, channel, or ad they were just
10 looking at without having to know or remember the recipient's system-wide ID.

Users of the system preferably have access through a graphical user interface (GUI). An exemplary GUI is illustrated in Figure 5. The GUI 500 includes a menu frame 502 and a context frame 540. The menu frame 502 comprises four menus: a global menu 504, advertisers' menu 506, mediums' menu 508, and an administration menu 510. The context
15 frame 540 includes a hierarchical menu navigator 542 and a display frame 544 for displaying information dependent upon a specific menu selection or function. The global menu 504 includes three buttons: my start page 512, my messages 514, and world channel guide 516. The advertisers' menu 506 includes two buttons: my ads 518 and my clients 520. The mediums' menu 508 includes three buttons: my stations 522, my channels 524,
20 and my programs 526. The administration menu 510 includes six buttons: accounting 528, statistics 530, my users 532, my media movers 534, my preferences 536, and my support & resources 538.

Financial details are preferably handled entirely by the system. Pressing the accounting button 528 gives access to information related to payments, penalties for
25 canceling reserved media space, commissions, charges, and discounts.

Statistical data, including ratings, is preferably accessible by pressing the statistics button 530. The statistics are particularly valuable to consumers of media space who are interested in identifying markets for media, such as ads. To this end, available statistics may include those related to the geographic location of a channel, the cost of using the
30 channel, channel content (e.g., a news channel or a comedy channel), program content, or the popularity of the medium, channel or program. All of these statistics are preferably available in real-time.

Ratings are preferably organized based on geographical location, market segment, station, channel, and program-on-a-channel combination. Ratings are published in both a
35 local standard and a global standard defined by the system. Accordingly, if a user does not

understand a remote rating system, the user can look at the global rating system and get an idea of the overall rating for the program.

Ratings publishers are usually also responsible for running channels, TV or radio programs, printed media, Web sites, etc., and who wish to let the world know how popular their distribution channels are; of course there could be other reasons to publish ratings as well. Typically, a media executive would publish the ratings for a program by making the program available on a channel that is associated with a geographical region and assigning ratings to the program. Ratings data may be accumulated in a manner that is standard in the ratings industry. Alternatively, the ratings data could be provided by a third party that specializes in providing ratings data.

An example of the content of the context frame 540 is illustrated in Figure 6 as context frame 600. The context frame includes the hierarchical menu navigator 602 with the indicator "World / Dominican Republic / Santo Domingo / Super Cable / World Channel News". This indicates that the current channel is the World Channel News of the Super Cable station in Santo Domingo. Also illustrated is a calendar bar 604, which comprises three calendar views and arrow buttons that, when pressed, result in a different set of three calendars being displayed. If a day is selected on one of the calendars, the channel programming frame 606 contains information about programs 1-N displayed in the program block sections 608-1 through 608-N. One of the programs, for example program 1, may have expanded information, such as illustrated in program block 608-1. The expanded information preferably includes a program description section 610 and a program contents section 612. The program contents section 612 is comprised of media spaces 1-N displayed in media space blocks 614-1 through 614-N. The media space blocks may represent advertisement slots that are used or available (though to protect advertisers' privacy, no details are provided if the advertisement slot is used by another). The media space blocks may also represent unused media space.

Figure 3A illustrates an example of geographic location relationships that are used, for example, when establishing associations (Figure 2, 206) so as to facilitate a search (Figure 2, 220). As shown in Figure 3A, the relationships may be illustrated as a tree 300 where "the world" is the root node 302. In this example, the children of the root node 302 are regions, countries, stations, and channels. Regions have child nodes that may be of the type regions, countries, stations, or channels. Countries have child nodes that may be of the type regions, states, cities, stations, or channels. States have child nodes that may be of the type regions, cities, stations, or channels. Cities have child nodes that may be of the type regions, stations, or channels. Stations may have child nodes of the type channels.

155
47

Channels are typically the leaves of tree 300. For example, when a user accesses leaf node 304, the user has reached the specific channels that may be selected to, for example, reserve media space. No further subdivision by location is generally desirable. Of course, a channel may be further subdivided by day, programming space, media space, etc.

- 5 Figure 3B illustrates a hierarchical geographical navigation system indicator that is based upon the tree 300. As is apparent from Figure 3B, each node of the tree illustrated in Figure 3A has a unique indicator. For example, a user begins (306) at the root node, represented by the indicator "World". If the user selects (308) the region North America, the indicator is "World/North America". If the user then in succession selects (310, 312,
- 10 314, 316, 318) the country United States, state California, city Los Angeles, station Cablevision, and channel CNN, the respective indicators are "World/North America/United States/California," "World/North America/United States/California/Los Angeles," "World/North America/United States/California/Los Angeles/Cablevision," and "World/North America/United States/California/Los Angeles/Cablevision/CNN."
- 15 Preferably, the user can also backtrack by selecting (320) the country United States, which has the indicator "World/North America/United States," then in succession select (322, 324, 326) for an alternate hierarchical path.

- Figure 3C shows exemplary hierarchical geographical navigation contents. The Geographical Navigation Bar 330 typically contains the name and description of a
- 20 channel/location in the geographical hierarchy, starting with the root node. It should be noted that not all nodes have an associated description. In one embodiment, for example, the root node does not have an associated description. During navigation, names and descriptions will generally be updated in the Geographical Navigation Bar 330. The names and descriptions are stored in a plurality of databases, such as the Regions 334, Countries
- 25 336, States 338, Cities 340, Stations 342, and Channels 344 databases represented in Figure 3D. In an alternative embodiment, the databases may be combined into a single database in which entries have a sort field indicative of whether the entry is a region, country, etc. Note that the databases represented in Figure 3D are shown in simplified form, since a database typically will contain other information (c.g., the number of subscribers to a cable station,
- 30 the owner of a TV channel, transmission standards used, etc). Also note that Figure 3D maps directly to the information that the user sees while navigating using the geographical navigation bar 330.

- Figure 4 illustrates an exemplary embodiment of the process of sending an ad from a media mover client, such as media mover client 110 (Figure 1B) to a media mover server,
- 35 such as the media mover server 114 (Figure 1B) via a reservation system servlet, such as

reservation system servlet 118 (Figure 1B). In this embodiment, the media mover server 114 sends (120) its IP address to the reservation system servlet 118. When the reservation system servlet 118 receives (121) the IP address, it records (122) the IP address as transfer information. In a preferred embodiment, the media mover server 114 has a dynamic IP
5 address so it sends (120) each time it comes on line with a new IP address. In an alternative embodiment, the media mover server 114 has a static IP address so it need not send (120) each time it comes on line. But dynamic IP addresses are preferred because they reduce connectivity costs (since no fixed IP lines are needed) and allow Internet nodes to freely move around physical geographical areas while still exchanging information.

10 When an advertiser has an available ad, the advertiser instructs the media mover client 110 to send (123) an ad transfer request toward the media mover server 114. The reservation system servlet 118, which serves as an intermediary between the client and server, receives (124) the ad transfer request and responds by sending (125) ad transfer information. The information includes the IP address that was sent by the media mover
15 server 114, a list of ads awaiting transmission from the media mover client 110, and a secret key for each ad. The secret key is a pseudo-randomly generated string of characters used to encrypt a message; it is essentially a one-time security token that maps to a single ad transfer. The communication between the reservation system servlet 118 and media mover client 110 is preferably via dynamic Web pages, an automated tool, a third-party tool, or
20 some other input means (e.g., voice dictation). When the media mover client 110 receives (126) the transfer information, it attempts to initiate (127) a connection with the media mover server 114. If the IP address received with the ad transfer information is not current, the media mover client 110 will probably fail to initiate a connection. In that case, the media mover client 110 may request a current IP address from the reservation system servlet
25 118.

Once the IP address is updated, the media mover server 114 accepts (128) a valid connection request. The media mover server 114 then requests (129) an ad. In response to the request for an ad, the media mover client encrypts (130) and sends (131) an ad file. The media mover client preferably sends a message digest with the ad file. The actual time
30 when the message digest is sent may be different in different embodiments, but could be sent at any time before or after the connection is initiated. The message digest is derived from a computation that produces a fixed-length (e.g., 16-byte) number that is preferably unique to a file, in this case the file including the ad to be transferred. If the file is corrupted or modified, the fixed-length number derived from the computation will preferably be
35 different from that of the original file.

The media mover server 114 receives (132) the ad file. In one embodiment, the encryption/decryption entails the media mover client 110 and media mover server 114 working together to make sure that they communicate over an encrypted channel using the secret key received from the reservation system servlet 118. To this end, the media mover client 110 encrypts the communication channel between it and the media mover server 114 using the secret key. Then, the media mover server 114 asks (133) the reservation system servlet 118 what the pseudo-randomly generated secret key is for the current ad transfer, so that it can authenticate the data being sent to it by the media mover client 110. The reservation system servlet 118 sends (134) the secret key for the appropriate ad transfer. The media mover server 114 then decrypts (135) the ad file with the secret key. It should be noted that steps 132 and 133 could occur before, during, or even after the ad file is received by the media mover server 114. It should also be noted that the actual transfer process may be independent of security protocols; so protocols such as the Secure Sockets Layer (SSL) protocol, Transport Layer Security (TLS) protocol, or some other protocol could be implemented.

Preferably, the system is capable of transferring an ad file even in the event of broken connections or network errors. If the media mover server's 114 IP address changes while the file is being transferred, the media mover server 114 preferably informs the reservation system 118, which the media mover client 110 may query for the new IP address, and the transfer resumes where it left off. Upon receipt of the ad file, the media mover server 114 validates (135) by calculating a message digest and comparing it to the message digest that was previously received from the media mover client 110. If the message digests are the same, the file is likely to have been transferred properly. Otherwise, there may have been problems with the transfer. For example, the file may be corrupted. It should be noted that the file including the ad also includes metadata about the ad, such as who sent the ad, the name and version of the ad, the duration of the ad, the channel on which the ad is to be distributed, etc. The metadata can be passed on or used, for example, to control a system that performs automated digital ad insertions into a distribution channel.

Once a valid transfer has been made, the media mover server 114 preferably sends notification to the reservation system servlet 118 and the media mover client 110, allowing them to notify the appropriate users of the successful transfer of the ad. Optionally, the media mover server 114 communicates with a local automated ad insertion system, telling the system to broadcast the ad on a specified channel, at a specified date and time, and for a given period. With the automated ad insertion system, the whole process from the reservation of an ad space to the distribution of the ad is fully automated.

58
60

While the foregoing description and drawings represent the preferred embodiment of the present invention, it will be understood that various additions, modifications and substitutions may be made therein without departing from the spirit and scope of the present invention as defined in the accompanying claims. In particular, it will be clear to those skilled in the art that the present invention may be embodied in other specific forms, structures, arrangements, proportions and with other elements, materials, and components without departing from the spirit or essential characteristics thereof. The presently disclosed embodiments are therefore to be considered in all respects as illustrative and not restrictive, the scope of the invention being indicated by the appended claims, and not limited to the foregoing description. Furthermore, it should be noted that the order in which the process is performed may vary without substantially altering the outcome of the process.

15

20

25

30

35

What is claimed is:

1. A method of reserving media space, comprising:
providing distribution channel information for a plurality of distribution channels to
5 a user through a computer network;
selecting media space on at least one of the plurality of distribution channels based
on data received from the user through the computer network;
reserving the selected media space;
receiving media from the user through the computer network; and
10 forwarding the media to a distributor for placement in the selected media space.
2. The method of claim 1, where the user is an advertiser and the media space is
advertising space.
- 15 3. The method of claim 1, where the user is a producer and the media space is
programming space.
4. The method of claim 1, where the user is a publicity agent.
- 20 5. The method of claim 1, further comprising:
prior to providing distribution channel information, requiring that the user subscribe.
6. The method of claim 1, further comprising:
accepting distribution channel information for a distribution channel of the plurality
25 of distribution channels from a distribution channel representative.
7. The method of claim 6, further comprising:
prior to accepting distribution channel information, requiring that the distribution
channel representative subscribe.
30
8. The method of claim 6, where the user is the distribution channel
representative.
9. The method of claim 1, further comprising:
35 organizing the plurality of distribution channels by geographical zone; and

52

enabling the user to navigate, through the computer network, media space of a distribution channel located within one or more geographical zones.

10. The method of claim 1, further comprising:
5 organizing the plurality of distribution channels by station; and
enabling the user to navigate media space of a distribution channel located on one or more stations.

11. The method of claim 1, further comprising:
10 organizing the plurality of distribution channels by distribution channel type; and
enabling the user to navigate media space of a distribution channel of one or more distribution channel types.

12. The method of claim 1, where the user selects media space with a single user
15 action.

13. The method of claim 1, where the forwarding is to a dynamic Internet Protocol (IP) address.

14. The method of claim 1, further comprising:
20 authenticating the media; and
verifying the media.

15. The method of claim 1, further comprising:
25 allowing a first global entity to automatically publish ratings in accordance with a standard;
automatically organizing the ratings by a sort field selected from the group consisting of geographical region, station, and/or channel; and
providing the ratings to the user through the computer network.

16. A data processing system for reserving media space comprising:
30 a database including distribution channel information for a plurality of distribution channels; and
a processor coupled to the database and programmed to:

35

3

receive instructions for providing the distribution channel information to a user;

enable the user to select media space on at least one of the plurality of distribution channels;

5 reserve the selected media space; and

receive instructions for receiving media from the user and for forwarding the media to a distributor for placement in the selected media space.

17. The data processing computer program product of claim 16, wherein the
10 processor is further programmed to:

receive instructions from a ratings publisher to automatically publish ratings in accordance with a standard;

automatically organize the ratings by a sort field selected from the group consisting of geographical region and station; and

15 provide the ratings to the user.

18. In a computer system coupled to the Internet, a media reservation system for enabling the reservation of media space on a media distribution channel, comprising:

a media distribution channel database storing media space information, including
20 reservable slots, for the media distribution channel;

a user interface through which a user has access to the media space information and through which the user selects a reservable slot on the media distribution channel;

a media reservation subsystem that automatically reserves the selected reservable slot for the user; and

25 a media transportation subsystem that receives media from the user and forwards the media to a distributor for placement on the media distribution channel in the media space associated with the reserved slot.

19. The system of claim 18, further comprising:

30 a global ratings subsystem, including:

a global ratings database with entries that have a sort field selected from the group consisting of geographical region and station; and

a ratings receiver that accepts ratings related to the media distribution channel from a ratings publisher and stores the ratings in the global ratings database,

35 wherein the user has access to the global ratings database through the user interface.

Abstract

A media reservation system and method for secure, dependable, real-time reservation of media space on a plurality of media distribution channels. The system and
5 method include transporting media to the location from which the media will enter a media distribution channel and the placement of the media in the media distribution channel. This permits media to be placed easily from any place in the world to any other place in the world.

10

15

20

25

30

35

PENNE & EDMONDS LAW DOCKET NO. 11136-003-999

DECLARATION FOR NON-PROVISIONAL PATENT APPLICATION

As a below named inventor, I hereby declare that:

My residence, post office address and citizenship are as stated below at 201 et seq. beneath my name.

I believe I am the original, first and sole inventor if only one name is listed at 201 below, or an original, first and joint inventor if plural names are listed at 201 et seq. below, of the subject matter which is claimed and for which a patent is sought on the invention entitled:

SYSTEMS AND METHODS FOR REAL-TIME MEDIA PLACEMENT

and for which a patent application:

X is attached hereto and includes amendment(s) filed on 07/26/2002

was filed in the United States on an Application No. provisional or temporary application

with amendment(s) filed on 07/26/2002

was filed as PCT International Application No. 00 and was amended under PCT Article 19 on 07/26/2002

I hereby state that I have reviewed and understood the contents of the above identified application, including the claims, as amended by any amendment referred to above.

I acknowledge the duty to disclose information known to me to be material to patentability as defined in Title 37, Code of Federal Regulations, §1.56.

I hereby claim foreign priority benefits under Title 35, United States Code, §119(a)-(d) of any foreign application(s) for patent or inventor's certificate listed below and have also identified below any foreign application for patent or inventor's certificate having a filing date before that of the application on which priority is claimed:

EARLIEST FOREIGN APPLICATION(S), IF ANY, FILED PRIOR TO THE FILING DATE OF THIS APPLICATION			
APPLICATION NUMBER	COUNTRY	DATE OF FILING (day, month, year)	PRIORITY CLAIMED
			YES NO
			YES NO
			YES NO

I hereby claim the benefit under Title 35, United States Code, §119(a) of any United States provisional application(s) listed below.

PROVISIONAL APPLICATION NUMBER	FILING DATE

I hereby claim the benefit under Title 35, United States Code, §120 of any United States application(s) listed below and, insofar as the subject matter of each of the claims of this application is not disclosed in the prior United States application in the manner provided by the first paragraph of Title 35, United States Code §112, I acknowledge the duty to disclose information known to me which is material to patentability as defined in Title 37, Code of Federal Regulations, §1.56 which became available between the filing date of the prior application and the national or PCT International filing date of this application:

NON-PROVISIONAL APPLICATION SERIAL NO	FILING DATE	STATUS		
		PATENTED	PENDING	ABANDONED

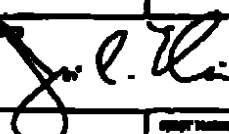
* for use only when the application is assigned to a company, partnership or other organization.

(1)

CNI - 300001

FEDERAL & RECORDS IN DOCKET NO. 11134-003-999

I hereby declare that all statements made herein of my own knowledge are true and that all statements made on information and belief are believed to be true; and further that these statements were made with the knowledge that willful false statements and the like so made are punishable by fine or imprisonment, or both, under Section 1001 of Title 18 of the United States Code and that such willful false statements may jeopardize the validity of the application or any patent issuing thereon.

201	FULL NAME OF INVENTOR	LAST NAME BIDON	FIRST NAME Franco	MIDDLE NAME Cedric	
	RESIDENCE & CITIZENSHIP	CITY Santiago	STATE OR FOREIGN COUNTRY The Dominican Republic	COUNTRY OF CITIZENSHIP USA	
	POST OFFICE ADDRESS	STREET Calle Davao #26	CITY Santiago	STATE OR COUNTRY The Dominican Republic	ZIP CODE
	SIGNATURE OF INVENTOR 			DATE Oct. 28, 2002	
202	FULL NAME OF INVENTOR	LAST NAME	FIRST NAME	MIDDLE NAME	
	RESIDENCE & CITIZENSHIP	CITY	STATE OR FOREIGN COUNTRY	COUNTRY OF CITIZENSHIP	
	POST OFFICE ADDRESS	STREET	CITY	STATE OR COUNTRY	ZIP CODE
	SIGNATURE OF INVENTOR			DATE	
203	FULL NAME OF INVENTOR	LAST NAME	FIRST NAME	MIDDLE NAME	
	RESIDENCE & CITIZENSHIP	CITY	STATE OR FOREIGN COUNTRY	COUNTRY OF CITIZENSHIP	
	POST OFFICE ADDRESS	STREET	CITY	STATE OR COUNTRY	ZIP CODE
	SIGNATURE OF INVENTOR			DATE	
204	FULL NAME OF INVENTOR	LAST NAME	FIRST NAME	MIDDLE NAME	
	RESIDENCE & CITIZENSHIP	CITY	STATE OR FOREIGN COUNTRY	COUNTRY OF CITIZENSHIP	
	POST OFFICE ADDRESS	STREET	CITY	STATE OR COUNTRY	ZIP CODE
	SIGNATURE OF INVENTOR			DATE	
205	FULL NAME OF INVENTOR	LAST NAME	FIRST NAME	MIDDLE NAME	
	RESIDENCE & CITIZENSHIP	CITY	STATE OR FOREIGN COUNTRY	COUNTRY OF CITIZENSHIP	
	POST OFFICE ADDRESS	STREET	CITY	STATE OR COUNTRY	ZIP CODE
	SIGNATURE OF INVENTOR			DATE	

(2)

CU - JREBJ

65

57

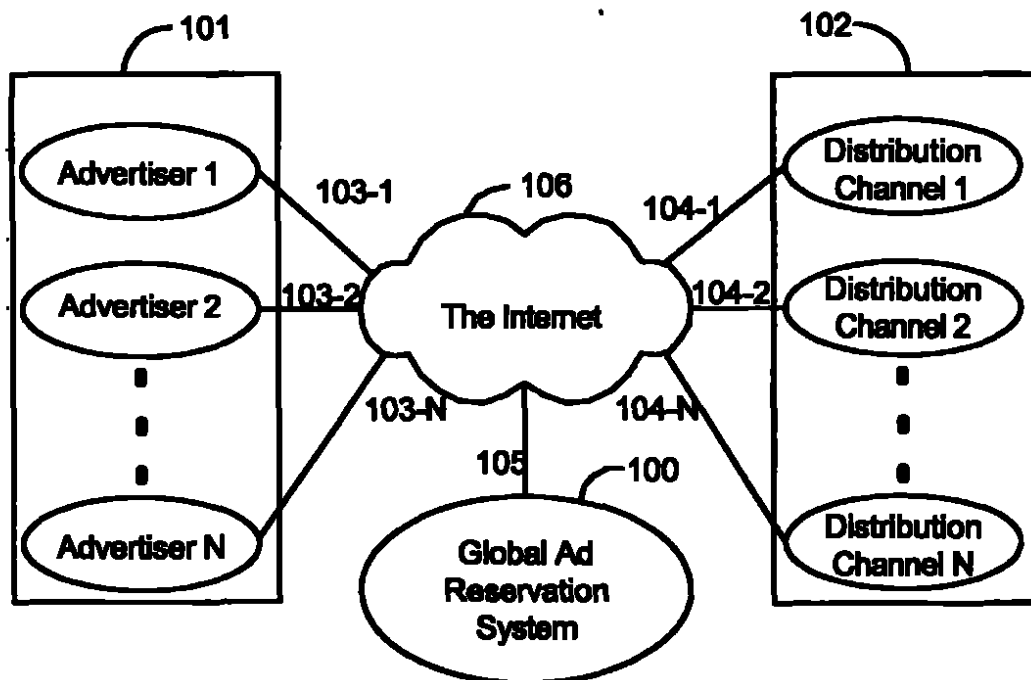


FIGURE 1A

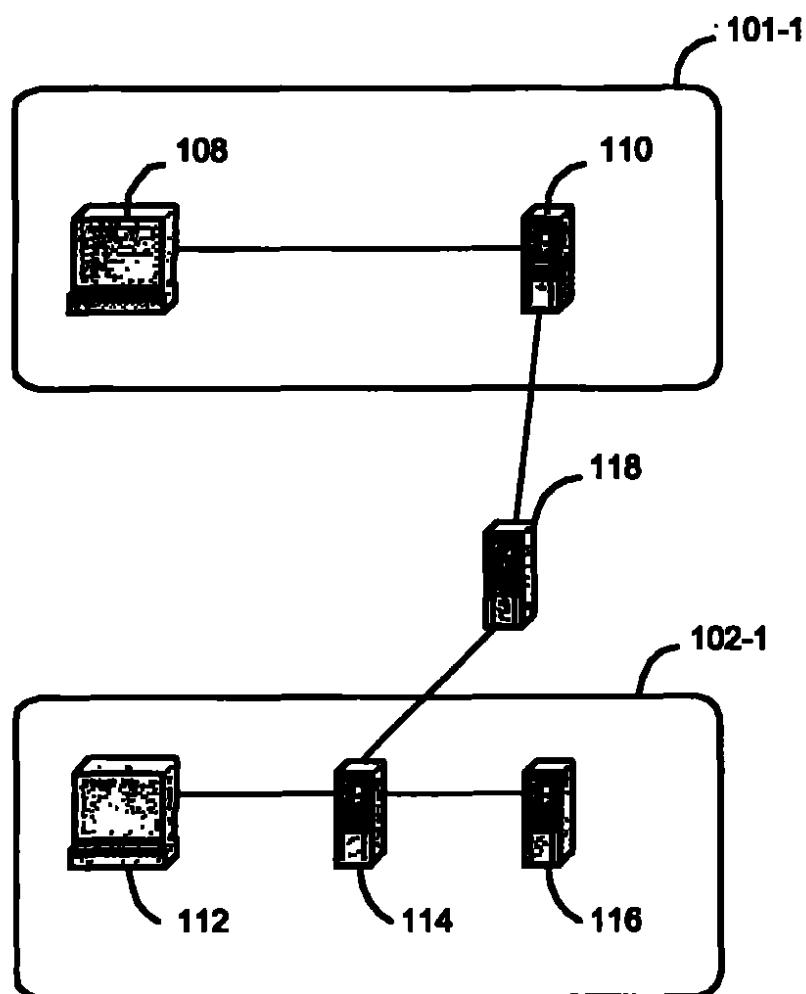


FIGURE 1B

58

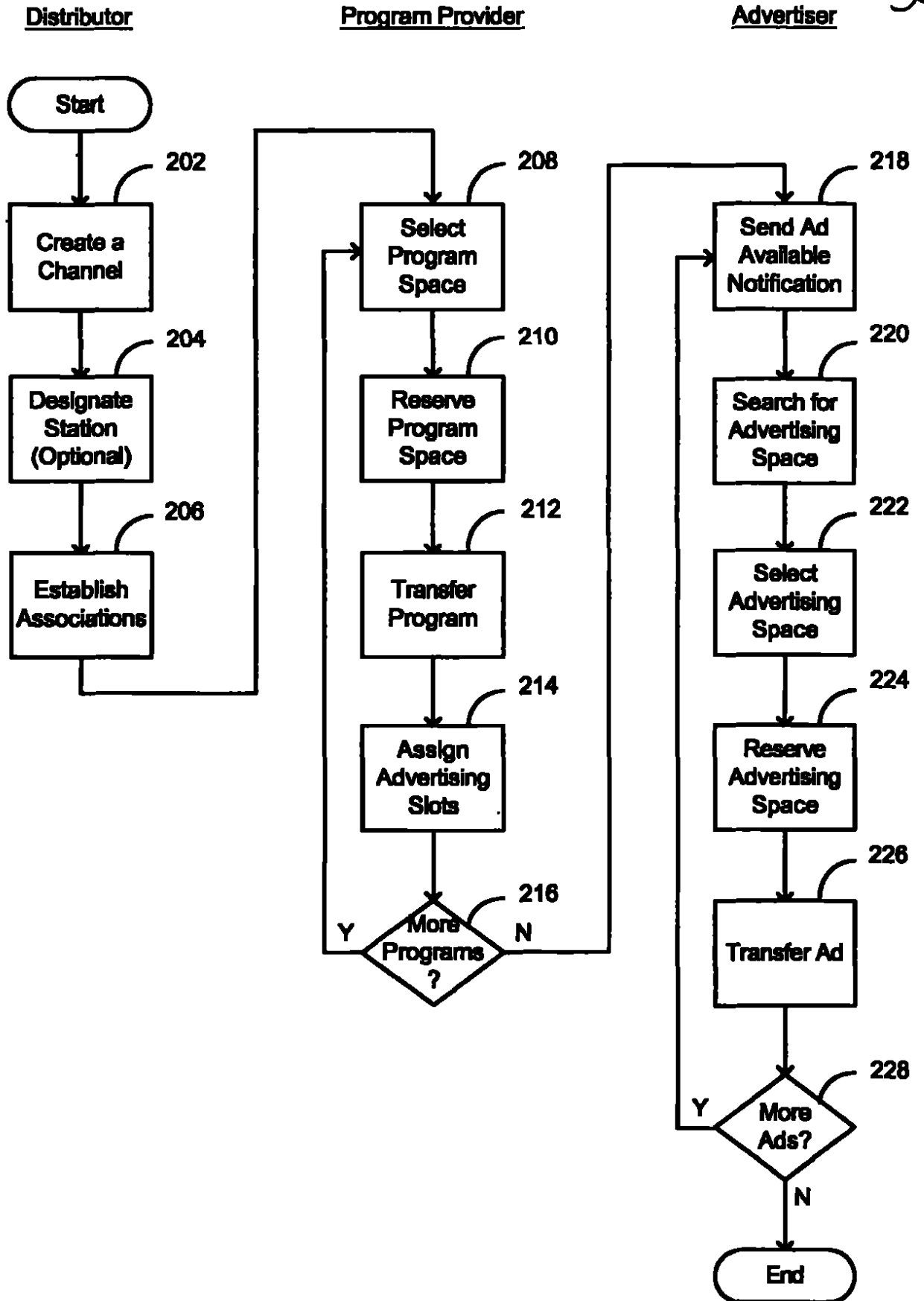


FIGURE 2

39

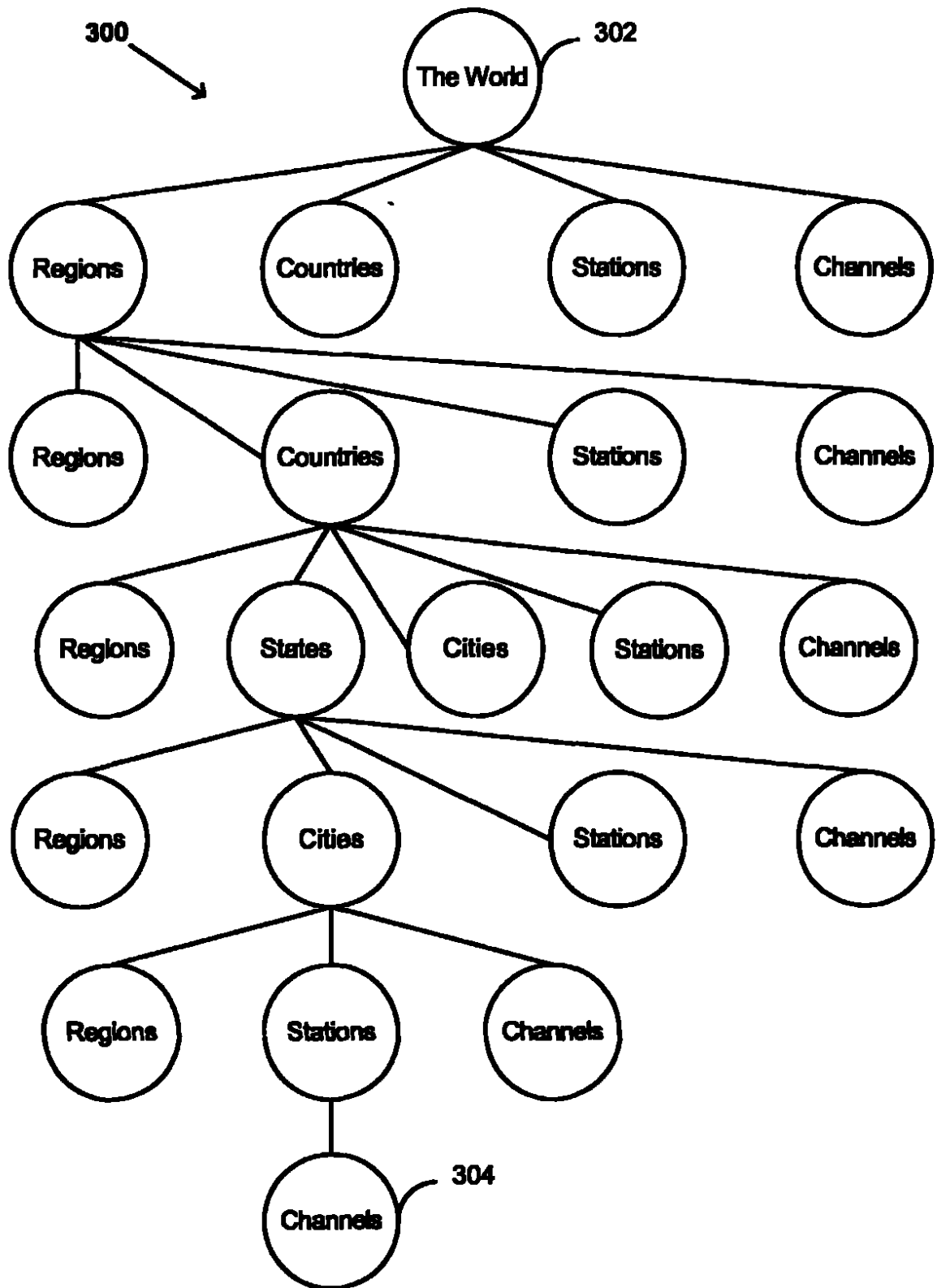


FIGURE 3A

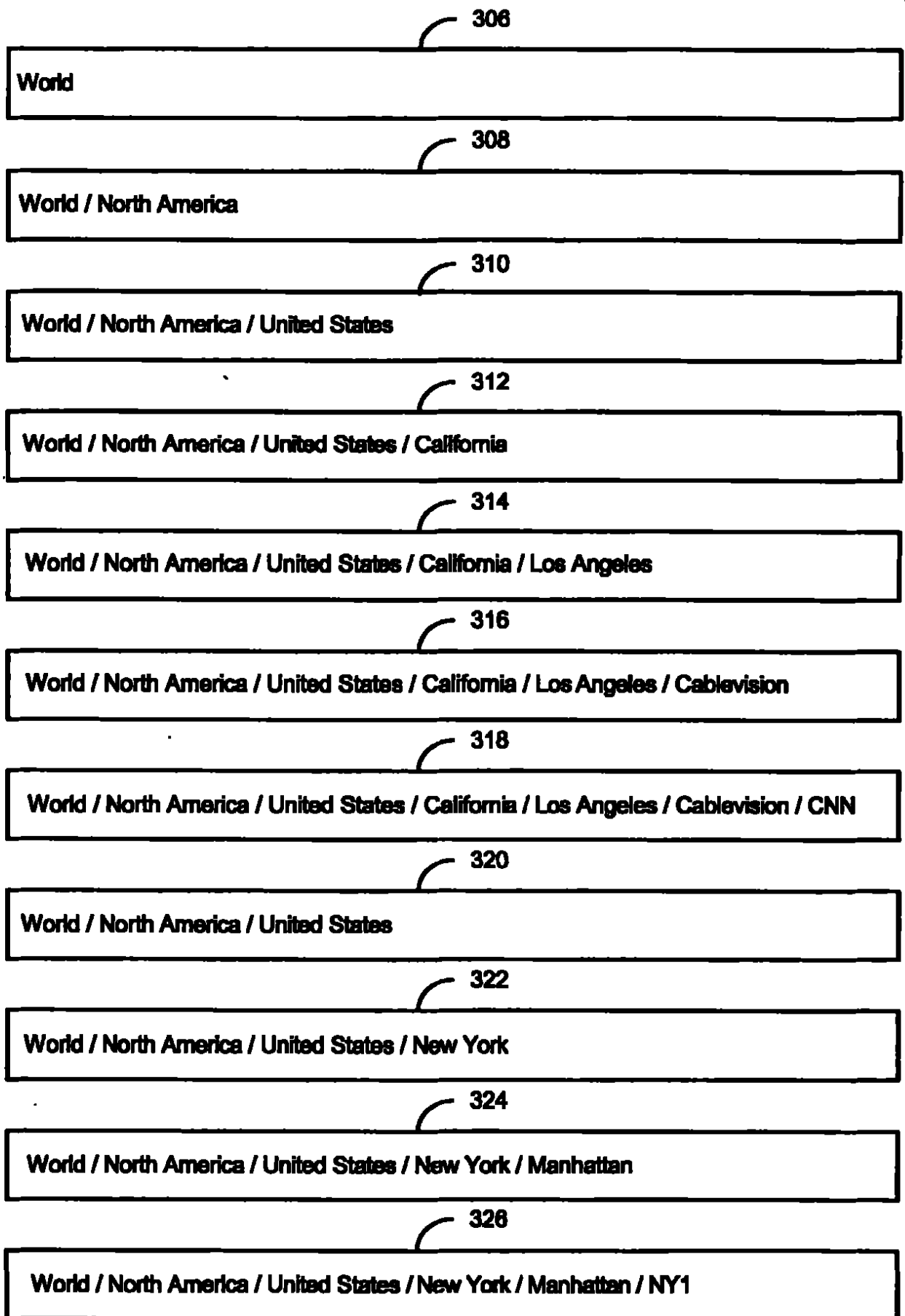


FIGURE 3B

61

The Geographical Navigation Bar 330

Node	Name	Description
------	------	-------------

FIGURE 3C

Regions 334

Region 1	Name	Description
Region 2	Name	Description
...		
Region N	Name	Description

Countries 336

Country 1	Name	Description
Country 2	Name	Description
...		
Country N	Name	Description

States 338

State 1	Name	Description
State 2	Name	Description
...		
State N	Name	Description

Cities 340

City 1	Name	Description
City 2	Name	Description
...		
City N	Name	Description

Stations 342

Station 1	Name	Description
Station 2	Name	Description
...		
Station N	Name	Description

Channels 344

Channel 1	Name	Description
Channel 2	Name	Description
...		
Channel N	Name	Description

FIGURE 3D

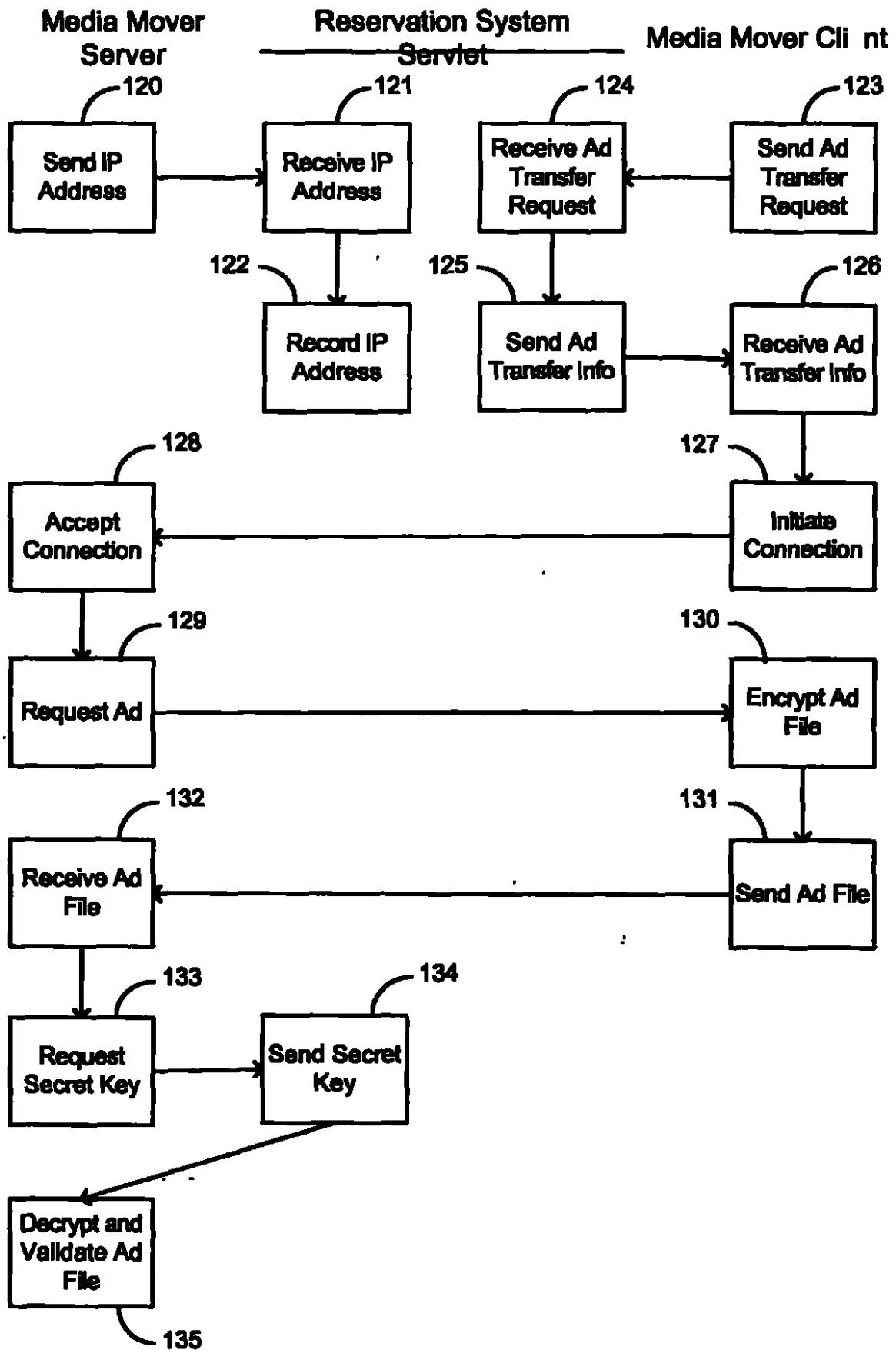


FIGURE 4

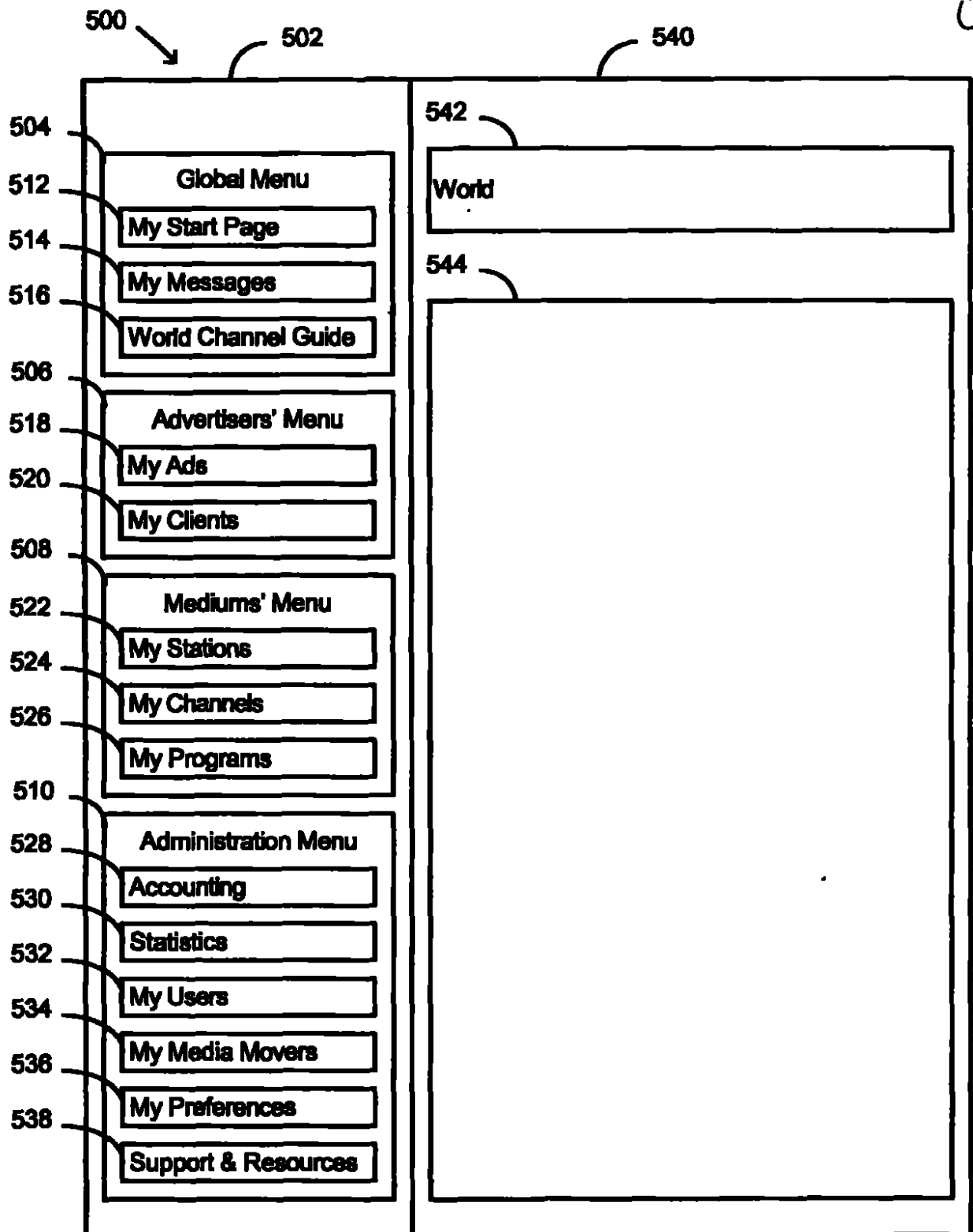


FIGURE 5

72

64

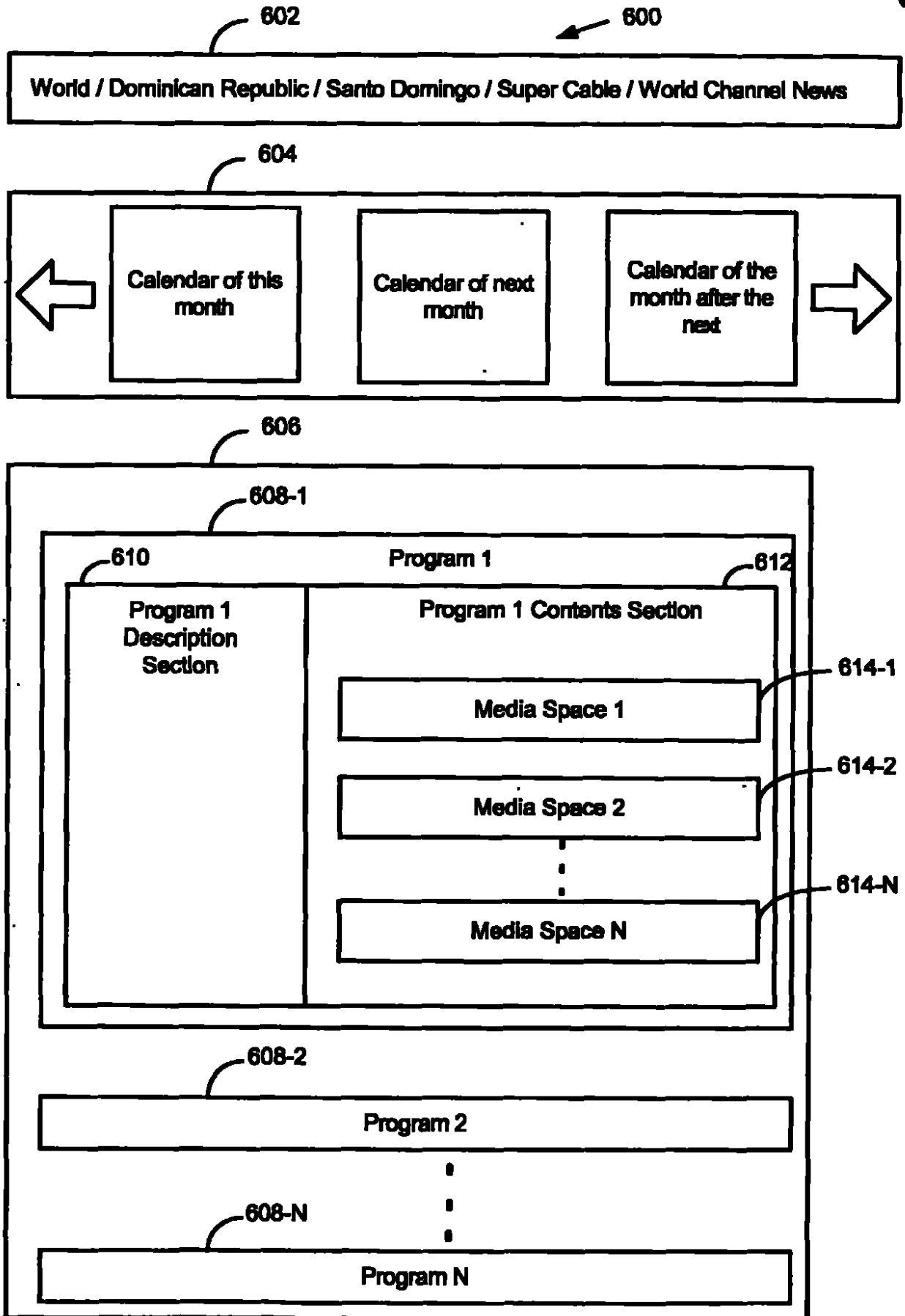


FIGURE 6

73
5

SUPERINTENDENCIA Y COMERCIO
Radicación : 03095429 00000000 Folios: 84
Fecha (RAJ): 2003-10-07 11:51:17
Trámite : 002 PATENTES D I REGISTRAR 411 PRESENTAL
NIT : B00176009-2 Dependencia: 2020 DIVISION DE NUEVAS CREACIONES

RECIBO OFICIAL DE CAJA : 03 - 73,746
FECHA : OCTUBRE 8 DE 2003

***** CONSIGNACION *****

DEPOSITANTE	TIPO PAGO	BANCO	CUENTA	No. PAGO	FECHA PAGO	Vr. PAGO
CLARKE NGDET Y CO. COLOMBIA	CONSIGNACION	BANCO POPULAR	050-00110-6	9711310	08/10/2003	4,342,000.00

***** CONCEPTO *****

CANT.	RENTISTAS	CONCEPTO	TOTAL CONCEPTO
1	50005-01-01	SOLICITUDES	
		1 TRAMITES DE SOL. DE PATENTE DE IN	400,000.00
		TOTAL :	\$ 4,000.00

SON: CUATROCIENTOS MIL PESOS

RESPONSABLE : _____

RECIBO DE CAJA APLICADO AL EXPEDIENTE No. _____

NIT : 800176089-2

SUPERINDUSTRIA Y COMERCIO

Emision : 0005429 0000000

folios: 04

Fecha (AMD): 2003-10-27 15:55:17

Transito : 002 PATENTES D 1 REGISTRO/ 421 PRESENTAC

Dependencia: 2000 DIVISION DE NUEVAS CREACIONES

RECIBO OFICIAL DE CAJA : 03 - 72,685
FECHA : OCTUBRE 6 DE 2003

***** CONSIGNACION *****

DEPOSITANTE	TIPO PAGO	BANCO	CUENTA	Nº. PAGO	FECHA RBO	Vr. PAGO
CLARKE NODET Y CO. COLON	CONSIGNACION	BANCO POPULAR	050-00110-6	8897067	06/10/2003	3,046,000.00

***** CONCEPTO *****

CANT. HISTORICO	CONCEPTO	TOTAL CONCEPTO
1 50005-01-01 SOLICITUDES	83 INVOCACION DE UNA PRIORIDAD EN SI	56,000.00
TOTAL :		\$ 56,000.00

SUM: CINCUENTA Y SEIS MIL PESOS

RESPONSABLE : _____

RECIBO DE CAJA APLICADO AL EXPEDIENTE No. _____

112

75
67

SUPERINDUSTRIA Y COMERCIO

NIT : 800176089-2

Radicacion : 03095429 00000000 Folios: 04
Fecha (MM): 2003-10-07 15:35:17
Tramite : 002 PATENTES D 1 REGISTRO/ 411 PRESENTAC
Dependencia: 2020 DIVISION DE NUEVAS CREACIONES

RECIBO OFICIAL DE CAJA : 03 - 72,686
FECHA : OCTUBRE 6 DE 2003

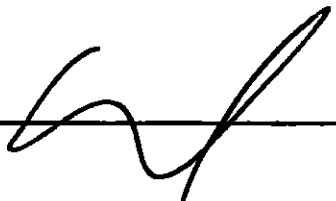
***** CONSIGNACION *****

DEPOSITANTE	TIPO PAGO	BANCO	CUENTA	No. PAGO	FECHA PGO	Vr. PAGO
CLARKE NOSET Y CO. COLOMBIA	CONSIGNACION	BANCO POPULAR	050-00110-6	8897067	06/10/2003	8,046,000.00

***** CONCEPTO *****

CANT. HISTORICO	CONCEPTO	TOTAL CONCEPTO
1 50005-01-01 SOLICITUDES	83 INVOCACION DE UNA PRIORIDAD EN SI	56,000.00
	TOTAL :	\$ 56,000.00

SON: CINCUENTA Y SEIS MIL PESOS

RESPONSABLE : 

RECIBO DE CAJA APLICADO AL EXPEDIENTE No. _____

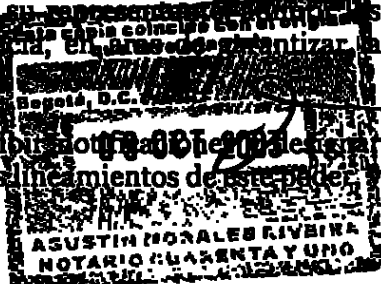
7/6
68

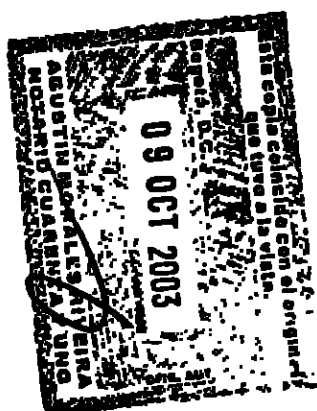
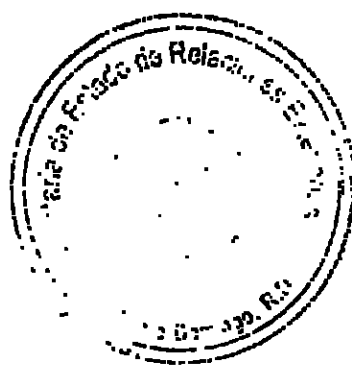
PODER

Yo, el abajo firmante, Jose Carlos Elias Espinal, de nacionalidad dominicana, mayor de edad, soltero, empleado privado, portador de la cédula de identidad y electoral No. 031-0302415-8 y del pasaporte personal estadounidense No. 102582193, domiciliado y residente en la calle Duvergé No. 26, de la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana, en mi carácter de representante legal de Galactic-Media, S.A., sociedad comercial organizada y existente de conformidad con las leyes de la República Dominicana y en actual cumplimiento de su objeto social, con su domicilio social principal sito en la Avenida Salvador Estrella Sadhalá No. 85, de la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana.

Por el presente instrumento confiero poder especial a favor de Dilia María Rodríguez D'aleman, con Cédula de Ciudadanía No. 41.654.882 de Bogotá, y tp. 20824 y Claudia Lucia Caro Ramírez, con Cédula de Ciudadanía No. 40.017.374 de Tunja, y tp. 36448, con domicilio en Bogotá, Colombia, para que actuando en su orden en nombre del otorgante le representen ante cualquier entidad, autoridad y/o persona, especialmente ante las del orden Administrativo, Contencioso Administrativo, Judicial, Tribunales de Arbitramento y/o cualquier otro en lo referente a los siguientes asuntos:

- 1) Solicitar, tramitar, obtener y/o registrar cualquiera de las modalidades de Propiedad Industrial, tales como: patentes de invención, modelos de utilidad; diseños industriales, variedades vegetales; marcas, lemas, nombres y enseñas comerciales y denominaciones de origen; así como sus renovaciones, prórrogas, transferencias, cambios de nombre y/o domicilio, contratos y licencias.
- 2) Solicitar, tramitar, obtener y/o registrar derechos de autor, en cualquiera de sus presentaciones así como la protección de secretos industriales y *know-how*.
- 3) Solicitar, tramitar, obtener y/o registrar registros sanitarios, permisos y/o licencias de funcionamiento; así como sus renovaciones o prórrogas, transferencias, cambios de nombre y/o domicilio, contratos y licencias.
- 4) Ejercer acciones de oposición, observación, reclamos, reconsideración, reposición, apelación, cancelación administrativa o judicial, nulidad, protección al consumidor, concesión de licencias, protección de secretos industriales y demás acciones y recursos relacionados con derechos derivados de los asuntos arriba indicados y en contra de la competencia desleal, acciones derivadas de la obtención o explotación de licencias, acciones de indemnización de perjuicios. También podrá (n) intervenir en juicios civiles, comerciales, penales, contencioso-administrativos, tutelas y de policía; en acciones o juicios promovidos por el mandante o en contra él.
- 5) Registrar nombres de dominio ante la entidad competente.
- 6) En el ejercicio de este mandato los mandatarios arriba mencionados quedan facultados para: conciliar, cancelar, transigir, comprometer en árbitros, pudiendo además, renunciar, siempre y cuando, en este último caso, cuente con la autorización escrita del mandante o su representante, recibir y tomar posesión de la cosa objeto de litigio y renunciar o desistir a derechos concedidos o en curso de concesión siempre y cuando tales medidas correspondan al interés del poderdante y hayan sido autorizadas por este o por su representante, en los hechos del proceso, actuando ante todo con la debida prudencia, en aras de garantizar la protección efectiva de los intereses del mandante.
- 7) Ratificar o no la agencia oficiosa.
- 8) Así mismo faculto a los mencionados apoderados para recibir notificaciones de los apoderados judiciales o extrajudiciales, ciñéndose ante todo a los lineamientos de este poder.





CESION

El abajo firmante, el señor **José Carlos Elías Espinal**, de nacionalidad dominicana, mayor de edad, soltero, empleado privado, portador de la cédula de identidad y electoral No. 031-0302415-8 y del pasaporte personal estadounidense No. 102582193, domiciliado y residente en la calle Duvergé No. 26, de la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana (En adelante El Cedente), en su carácter de inventor /diseñador de:

Un proceso y sistema de integración de consumidores y productores globales de publicidad con el uso de un navegador de internet o de un servicio web, para la reservación, transportación y colocación de publicidad en tiempo real a través de internet, denominado "ADIntegrator", correspondiente a la Solicitud de Patente Estadounidense número 10/282,506, presentada en ese país el 28 de octubre del 2002.

Por el presente documento declara que cede todos y cada uno de los derechos que le corresponden o puedan corresponderle sobre la indicada invención a:

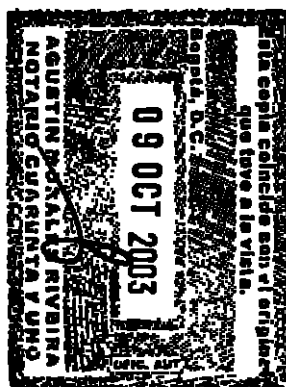
La sociedad **Galactic Media, S.A.**, sociedad comercial organizada y existente de conformidad con las leyes de la República Dominicana y en actual cumplimiento de su objeto social, con su domicilio social principal sito en la Avenida Salvador Estrella Sadhalá No. 85, de la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana (en adelante Cesionario), debidamente representada por el señor **José Carlos Elías Espinal**, de nacionalidad dominicana, mayor de edad, soltero, empleado privado, portador de la cédula de identidad y electoral No. 031-0302415-8 y del pasaporte personal estadounidense No. 102582193, domiciliado y residente en la calle Duvergé No. 26, de la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana.

En prueba de la mutua aceptación de esta cesión ambas partes, Cedente y Cesionario, firman el presente documento.

Dado y firmado en la ciudad y Municipio de Santiago de los Caballeros, Provincia de Santiago, República Dominicana, a los dieciséis (16) días del mes de abril del año dos mil tres (2003).

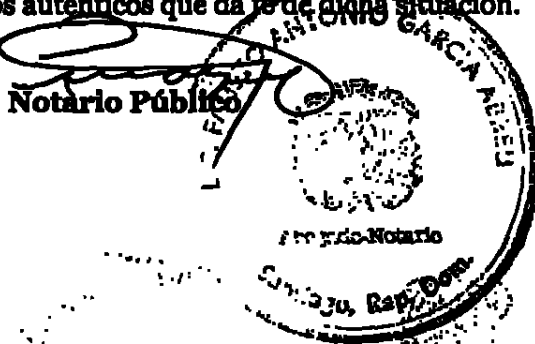
Por el Cedente:
José Carlos Elías Espinal

Por el Cesionario:
José Carlos Elías Espinal
Presidente de la sociedad Galactic Media S. A.



En la ciudad y Municipio de Santiago de los Caballeros, Provincia de Santiago, República Dominicana, a los dieciséis (16) días del mes de abril del año dos mil tres (2003), el Notario que suscribe, DA FE de que: Primero: Que el señor José Carlos Elías Espinal, de generales y calidades de las que se hace alusión en este acto, firmó de su puño y letra el documento que antecede. Segundo: De que conoce al señor José Carlos Elías Espinal y declara que el mismo se encuentra legalmente capacitado para ejecutar el presente acto. Tercero: De que el indicado señor actúa además en su carácter de Presidente de la sociedad comercial Galactic Media S. A., con su cede social o principal establecimiento sito en la Avenida Salvador Estrella Sadhalá No. 85, de la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana, la cual está legalmente constituida, que tiene actualmente existencia legal y que el acto para el cual se ha otorgado este acto está comprendido entre los que constituyen su objeto social. Cuarto: Que el señor José Carlos Elías Espinal tiene efectivamente la representación que ostenta, que esta es legítima y que está facultado para adquirir bienes a nombre de la compañía. Quinto: Las anteriores certificaciones, referentes a los puntos tercero, cuarto y quinto, me constan porque he tenido a la vista los documentos auténticos que da fe de dicha situación.

Notario Público



REPUBLICA DOMINICANA
PROCURADURIA GENERAL DE LA REPUBLICA
CERTIFICADO que la firma que aparece en el presente documento es la
del Sr. José Carlos Elías Espinal y que es la misma que acostumbra a usar en todos sus actos y a la cual se
debe entera fe y crédito.
15-8-2003

PROCURADURIA GENERAL DE LA REPUBLICA
Recibo DGII
No. 1250715 Fecha 15-8-03
No. PGR 22 Fecha 15-8-03
Valor RD 100
Concepto Impuesto
Firma [Signature]

Decato
Colonel Vicente Virgilio Rodríguez
Oficina Mecanografía de la
Procuraduría General de la República

REPUBLICA DOMINICANA
SECRETARIA DE ESTADO DE RELACIONES EXTERIORES
CERTIFICADO que la firma que aparece al pie de este documento
es la del Sr. [Signature] y que es
la misma que acostumbra a usar en todos sus actos y a la cual se
debe entera fe y crédito.
15/8/03

NOBE 1 DE LA CRUZ E.
SUBDIRECCION DE LEGALIZACIONES
DEL DEPARTAMENTO CONSULAR.

AUG 26 2003

CONSULADO DE COLOMBIA
Santo Domingo, República Dominicana
Nº 299/03
El suscrito cónsul de Colombia CERTIFICA:
que el señor José Carlos Elías Espinal
quien autoriza al Sr. [Signature], desempeña
legalmente, en la ciudad de Santo Domingo, las funciones de
Sub-Secretario de Relaciones Exteriores
y en la firma y sello que
en el documento aparecen son los que usa y
acostumbra en todos sus actos públicos y privados.

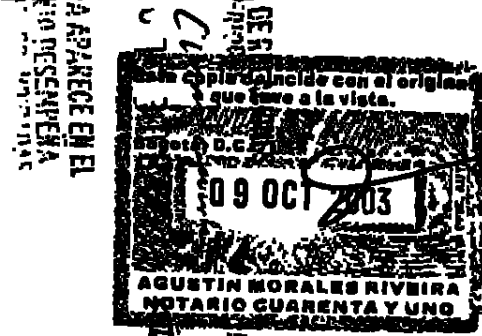
El cónsul no asume responsabilidad alguna por el
contenido del documento.

[Signature]
(Firma y sello del cónsul)

Clara Ines Chaves Romero
Cónsul de Colombia



LIBRO 60
LEG. No. [Signature]



JEFE DE LEGAL
SANTIAFE DE R.

sin que puedan hacer sustituciones al cuerpo del mismo, más que aquellas que sean útiles, razonables y convenientes a los fines del presente poder.

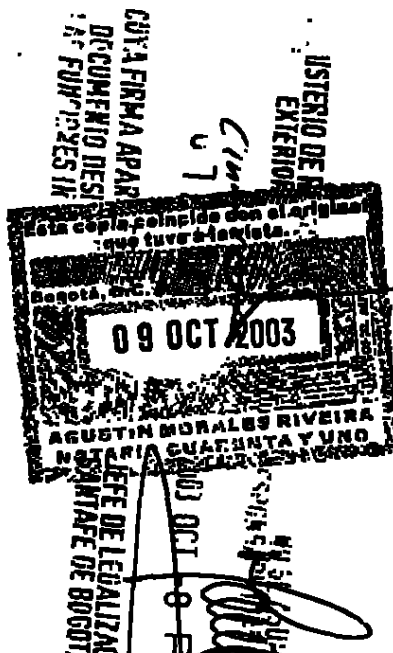
Dado y firmado en la ciudad y Municipio de Santiago de los Caballeros, Provincia de Santiago, República Dominicana, a los veintisiete (27) días del mes de mayo del año dos mil tres (2003).

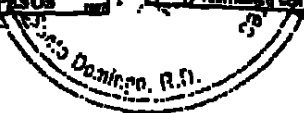

José Carlos Elías Espinal
Presidente de la Compañía Galactic Media S. A.

CERTIFICADO NOTARIAL

En la ciudad y Municipio de Santiago de los Caballeros, Provincia de Santiago, República Dominicana, a los veintisiete (27) días del mes de mayo de año dos mil tres (2003), el Notario que suscribe, DA FE de que: Primero: Que el señor José Carlos Elías Espinal, de nacionalidad dominicana, mayor de edad, soltero, empleado privado, portador de la cédula de identidad y electoral No. 031-0302415-8 y del pasaporte personal estadounidense No. 102582193, domiciliado y residente en la calle Duvergé No. 26, de la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana, firmó de su puño y letra el documento que antecede. Segundo: De que conoce al otorgante y declara que el mismo se encuentra legalmente capacitado para efectuar el presente otorgamiento. Tercero: De que el otorgante ha firmado el referido documento en su carácter de Presidente de la sociedad comercial Galactic Media S.A., con su sede social o principal establecimiento sito en la Avenida Salvador Estrella Sadhalá No. 85, de la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana, la cual está legalmente constituida, que tiene actualmente existencia legal y que el acto para el cual se ha otorgado este poder está comprendido entre los que constituyen su objeto social. Cuarto: Que el otorgante tiene efectivamente la representación que ostenta, que esta es legítima y que está facultado para otorgar este poder. Quinto: Las anteriores certificaciones, referentes a los puntos tercero, cuarto y quinto, me constan porque he tenido a la vista los documentos auténticos que da fe de dicha situación.

Notario Público





REPUBLICA DOMINICANA
 PROCURADURIA GENERAL DE LA REPUBLICA
 CERTIFICO que la firma que aparece al pie de cada documento es la
 que acostumbra a usar para sus actos y a la cual se
 debe entera fe y crédito.
Edo. Vicente Vegaro Rodriguez
 15/8/03
 de acuerdo con los registros de esta Procuraduría General de la República
 D.N.

PROCURADURIA
 GENERAL DE LA REPUBLICA
 Recibo DGIH
 No. 1250715 Fecha 15/8/03
 No. PGR 22 Fecha 15/8/03
 Valor RDT 100
 Concepto by
Edo. Vicente Vegaro Rodriguez

Edo. Vicente Vegaro Rodriguez
 Oficialista Mecanógrafo de la
 Procuraduría General de la República

REPUBLICA DOMINICANA
 SECRETARIA DE ESTADO DE RELACIONES EXTERIORES
 CERTIFICO que la firma que aparece al pie de cada documento
 es la del Sr. Edo. Vicente Vegaro Rodriguez
 y que es la misma que acostumbra a usar en todos sus actos y a la cual se
 debe entera fe y crédito.
 Sto. Dgo., R.D. 15/8/03

May 11
 LA CRUZ H.
 SUBCARGADA
 DE LA SECCION DE LEGALIZACIONES
 DE LA SECCION DE DOCUMENTOS ARREGLAR
 OCT 2003
 AGUSTIN GARCIA RIVERA
 NOTARIO SUPLENTE Y UNO

LEG. N° 0038 LIBRO 60
 AUG 26 2003

CONSULADO DE COLOMBIA
 Santo Domingo, República Dominicana
 N° 299/03
 El suscrito consul de Colombia CERTIFICA:
 que el señor Wisle J. R. de la Cruz H.
 quien autoriza al Edo. Vicente Vegaro Rodriguez a desempeñar las funciones
 de Subcargada de la Sección de Legalizaciones
 en el documento by la casa y caso que
 acostumbra en by los que usa y
 acostumbra en by los paises y privados.
 El consul no asume responsabilidad alguna por el
 contenido del documento.
Wisle J. R. de la Cruz H.
 Firmado y sellado del consul

PAGADOS IMPUESTO DE TRAFIC
 Y DERECHOS CONSULARES



71

TRADUCCIÓN OFICIAL No. 03/237 de un documento escrito en Inglés, el cual para su identificación se sella con el sello del traductor al tiempo con la presente. Esta traducción ha sido preparada por Juan Pablo Piedrahita Aguilera, Traductor e Intérprete Oficial debidamente reconocido de conformidad con el Certificado de Idoneidad Profesional No. 0045 expedido por la Universidad Nacional de Colombia, por el Ministerio de Relaciones Exteriores y autorizado por el Ministerio del Interior y de Justicia, por resolución número 718 de 2003.

(Se traduce un Certificado de Solicitud de Registro de Patente)

PA 993964

ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

A TODOS A QUIENES ESTOS PRESENTES LLEGAREN:

DEPARTAMENTO DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS

OFICINA DE PATENTES Y MARCAS DE LOS ESTADOS UNIDOS

Abril 15, 2003

POR EL PRESENTE CERTIFICO QUE ADJUNTA SE ENCUENTRA UNA COPIA FIEL DE LOS ARCHIVOS DE LA OFICINA DE PATENTES Y MARCAS DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA DE AQUELLOS PAPELES DE LA SOLICITUD DE PATENTE IDENTIFICADA ABAJO Y QUE CUMPLIERON CON LOS REQUISITOS PARA QUE SE LES OTORGARA UNA FECHA DE SOLICITUD BAJO EL CÓDIGO DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA: TÍTULO 35 SECCIÓN 111.

NÚMERO DE SOLICITUD: 10/282,506

FECHA DE SOLICITUD: 28 de Octubre, 2002

TRADUCCION OFICIAL No. 03/237
JUAN PABLO PIEDRAHITA AGUILERA
TRADUCTOR E INTÉRPRETE OFICIAL
C. IDONEIDAD 045
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Por autoridad del

COMISARIO DE PATENTES Y MARCAS

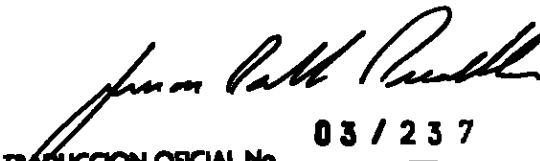
(Firmado.) L.EDELEN, Funcionario que Certifica

(SELLO DE OBLEA DE LA OFICINA DE PATENTES Y MARCAS DE LOS
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA)

(A continuación, Solicitud de Patente, antecedentes, descripción, reivindicaciones,
dibujos y resumen, treinta y un (31) hojas, escritas en inglés)

ES TRADUCCIÓN FIEL Y COMPLETA de la cual se deja copia en los archivos de esta oficina para su
confrontación y a la cual me remito.

Bogotá, Octubre 15, 2003.


TRADUCCION OFICIAL No. 03 / 237
JUAN PABLO PIEDRAHITA AGUILERA
TRADUCTOR E INTERPRETE OFICIAL
C. IDONEIDAD 043
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

81
73

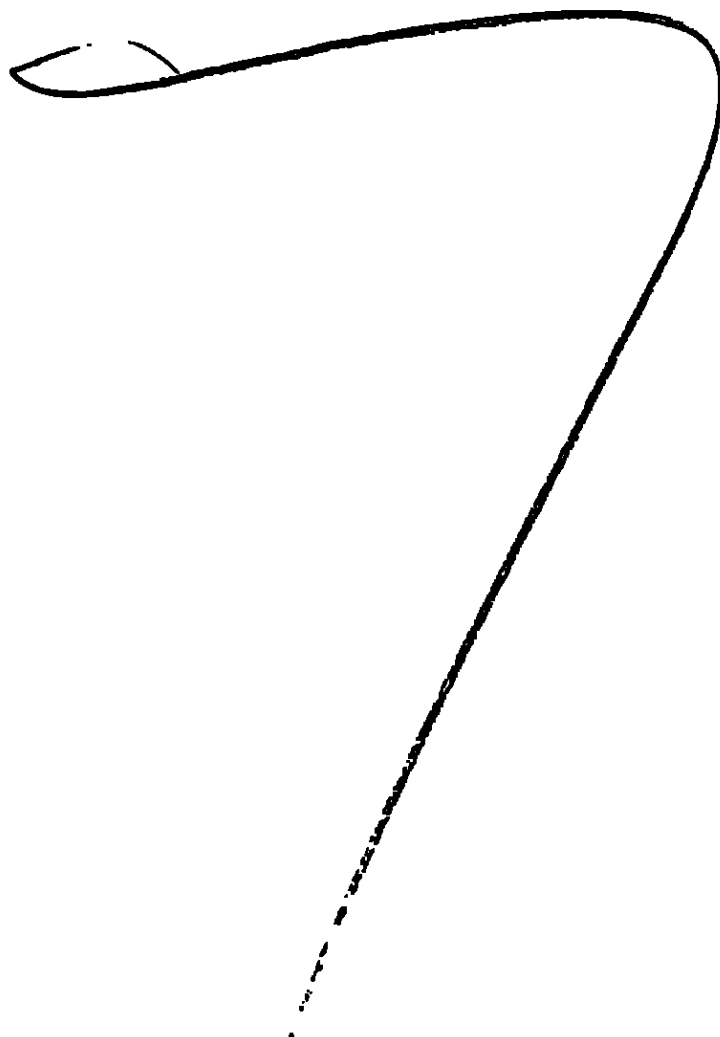
REIVINDICACIONES:

1. Un método de reservar espacio de media, consistiendo en: (a) proveer información de canales de distribución para una pluralidad de canales de distribución de media a un usuario a través de una red de computadoras; (b) selección de espacio de media en cuando menos uno de la pluralidad de canales de distribución basado en datos recibidos del usuario a través de la red de computadoras; (c) reservación del espacio de media; (d) recibir media del usuario a través de la red de computadoras; y (e) envío de la media a un distribuidor de media para su colocación en el espacio de media seleccionado.
2. Un método de la proclamación 1, donde el usuario es el anunciante y el espacio de media es el espacio publicitario.
3. Un método de la proclamación 1, donde el usuario es el productor y el espacio de media en el espacio de programación.
4. Un método de la proclamación 1, donde el usuario es un agente publicitario.
5. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: previamente a proveer información de canales de distribución, requiriendo que el usuario se suscriba al servicio.
6. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: aceptar información de canales de distribución para una canal de distribución de una pluralidad de canales de distribución de un representante de un canal de distribución.
7. Un método de la proclamación 6, que conlleva adicionalmente: previamente a aceptar información de canales de distribución, requiriendo que el representante de canales de distribución se suscriba al servicio.
8. Un método de la proclamación 6, donde el usuario es un representante de canales de distribución.
9. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: (a) organizar la pluralidad de canales de distribución por zonas geográficas; y (b) permitirle al usuario navegar, a través de la red de computadoras, los espacios de media de uno o más canales de distribución localizados en una o más zonas geográficas.
10. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: (a) organizar la pluralidad de canales de distribución por estaciones; y (b) permitirle al usuario navegar, a través de la red de computadoras, los espacios de media de uno o más canales de distribución localizados en una o más estaciones.
11. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: (a) organizar la pluralidad de canales de distribución por tipos de canales; y (b) permitirle al usuario navegar, a través de la red de computadoras, los espacios de media de uno o más canales de distribución de uno o más tipos de canales.

12. Un método de la proclamación 1, donde el usuario selecciona espacio de media con una única acción del usuario.
13. Un método de la proclamación 1, donde el envío de la media es a una dirección de Internet Protocol (IP) dinámica.
14. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: (a) autenticación de la media; y (b) verificación de la media.
15. Un método de la proclamación 1, que conlleva adicionalmente: (a) permitir a una primera entidad global la publicación automática de *ratings* de acuerdo a un estándar; (b) la organización automática de los *ratings* por un campo de organización seleccionado de un grupo consistiendo de región geográfica, estación, y/o canal; y (c) proveer los *ratings* a los usuarios a través de la red de computadoras.
16. Un sistema de procesamiento de datos para reservar espacio de media consistiendo en: (a) una base de datos incluyendo información sobre canales de distribución para una pluralidad de canales de distribución; y (b) un procesador acoplado a la base de datos y programado para: (b.1) recibir instrucciones para proveer la información de los canales de distribución al usuario; (b.2) permitirle al usuario seleccionar espacio de media en cuando menos uno de la pluralidad de canales de distribución; (b.3) reservar el espacio de media; y (b.4) recibir instrucciones para recibir datos de la media del usuario y permitir el envío de la media a un distribuidor para su difusión en el espacio de media seleccionado.
17. El producto del programa de computadora de procesamiento de datos de la proclamación 16, en donde el procesador está adicionalmente programado para: (a) recibir instrucciones de los publicadores de *ratings* para automáticamente publicar tales *ratings* según un estándar; (b) organizar automáticamente los *ratings* por un campo de organización seleccionado de un grupo consistiendo de región geográfica, estación, y/o canal; y (c) proveer los *ratings* a los usuarios.
18. En una red de computadoras acoplada al Internet, un sistema de reservación de media que permite la reservación de media en un canal de distribución, consistiendo de: (a) una base de datos de canales de distribución de media que almacena información de espacio de media, incluyendo espacios que son reservables, para el canal de distribución de media; (b) una interfaz de usuario a través de la cual el usuario tiene acceso a información de espacio de media y a través de la cual el usuario reserva espacios en los canales de distribución de media; y (c) un subsistema de transportación de media que recibe media del usuario y lo envía al distribuidor de media para su colocación en el canal de distribución de media en el espacio de media asociado con el espacio reservado.

89
25

19. El sistema de la proclamación 18, que conlleva adicionalmente: (a) un subsistema global de *ratings*, incluyendo: (a.1) una base de datos global de *ratings* con entradas que contienen un campo de organización seleccionado de un grupo consistiendo de región geográfica, estación, y/o canal; y (a.2) un receptor de *ratings* que acepta los *ratings* relacionados a los canales de distribución de media (y su programación) de un publicador de *ratings* y que almacena tales *ratings* en la base de datos global de *ratings*, de donde el usuario tiene acceso a la base de datos global de *ratings* a través de la interfaz de usuario.





FORMATO DE DIGITALIZACIÓN

RELACION DE ANEXOS



**Royal
Technologies S.A.**

76

Expediente No		03095429	No de Follo
Item		No de unidades	
1	CD		
2	DVD		
3	REVISTA		
4	LIBRO		
5	PERIODICO		
6	DISQUETES		
7	SOBRE DE MANILA	1	
8	SOBRE BLANCO TAMAÑO CARTA		
9	SOBRE BLANCO TAMAÑO OFICIO		
10	OTROS:		

Observaciones: Arte Final

REQUISITOS NECESARIOS PARA PRESENTACION Y AGILIZACION DEL TRAMITE

	USUARIO	RADICADOR
PATENTE DE INVENCION	()	()
MODELO DE UTILIDAD	()	()
- Indicación de que se solicita la concesión de una patente.	()	()
- Datos de identificación del solicitante o de la persona que se presenta la solicitud.	()	()
- Descripción de la invención.	()	()
- Dibujos de ser estos pertinentes.	()	()
- Comprobante de Pago de las tasas establecidas.	()	()
COMPLETA ()	INCOMPLETA ()	()
DISEÑO INDUSTRIAL ()		
- Indicación de que se solicita el registro de Diseño Industrial	()	()
- Datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud.	()	()
- Representación gráfica y fotográfica del Diseño Industrial o muestra del Material que incorpora el diseño.	()	()
- Comprobante de pago de las tasas establecidas	()	()
COMPLETA ()	INCOMPLETA ()	()
ESQUEMA DE TRAZADO ()		
- Indicación de que solicita el registro de un Esquema de trazado.	()	()
- Datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta La solicitud.	()	()
- Representación gráfica del esquema de trazado	()	()
- Comprobante de pago de las tasas establecidas.	()	()
COMPLETA ()	INCOMPLETA ()	()

Firma Responsable:



Fecha:

~~Folio 86~~

2020
Bogotá DC

Doctor(a)
DILIA RODRIGUEZ D'ALEMAN
Apoderado(a)

REFERENCIA:	Radicación No.	03-95429
	Trámite	002
	Evento	001
	Actuación	416
	Oficio No.	1415
	Folios	001

Teniendo en cuenta que la solicitud de privilegio de patente que se tramita bajo el expediente indicado en la referencia, reúne los requisitos de forma establecidos en los artículos 26 y 27 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, y en las demás disposiciones vigentes sobre la materia, se envía el extracto de la solicitud a la Oficina de Comunicaciones para efecto de su publicación en la Gaceta de Propiedad Industrial.

De acuerdo con lo previsto por el artículo 40 de la Decisión 486/00, la publicación en este caso se hará a partir del día 27 de abril de 2005.

Cúmplase
Dado en Bogotá DC, a los **16 DIC. 2003**


ALIX CARMENZA CÉSPEDES DE VERGEL
Jefe de la División de Nuevas Creaciones

Carrera 13 No. 27-00 Pisos 5, 7 y 10
Conmutador: 382 0840
Fax: 350 5220
E-mail: info@sic.gov.co
www.sic.gov.co
Bogotá, D.C., Colombia